

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية

د. فايزة طه عبد الحميد



البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية

إعداد

فايزة طه عبد الحميد

الناشر

المكتب العربي للمعارف

عنوان الكتاب : البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية
اسم المؤلف: فايزة طه عبد الحميد
تصميم الغلاف: محمد حمدي

الناشر

المكتب العربي للمعارف

٢٦ شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي
ميدان هليوبوليس – مصر الجديدة – القاهرة
تليفون/ فاكس: ٢٦٤٢٣١١٠–٠١٢٨٣٣٢٢٢٧٣
بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعةالأولى أكتوبر ٢٠١٣

رقــم الإيداع : ٢٠١٣/١٤٣١٠
الترقيم الدولي : I.S.B.N.٩٧٨-٩٧٧-٢٧٦-٦٣٥-٢

البرامج الحوارية
بالقنوات الفضائية العربية
وعلاقتها بمستوى معرفة
المراهقين بالأحداث الجارية



مقدمة

يعد الإعلام بوسائله المختلفة أداة هامة في تشكيل سلوك الأفراد وتنمية قيمهم، بل إن تأثيره يفوق تأثير البيت ودور رياض الأطفال، وذلك لاعتبار العصر الذي نعيشه عصر إعلام، فهو المحرك الأساسي للفكر، يزيد على ذلك تقدم تقنياته وقدرته على الاستحواذ على الرأي العام من خلال ما ينشره من حقائق ومعلومات' كما أنه مصدر مهم من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وأحد أهم مصادر المعلومة، وعليه فإن المسئولية التي تقع على الإعلاميين كبيرة، إذ أنه مرآة المجتمع، ومؤشر لصناع القرار، والعين الراصدة لقضايا المجتمع.

وأصبح الإعلام بوسائله المختلفة ممثلاً في (الإذاعة– التليفزيون– الصحف– الإنترنت) من أهم ما يعتمد عليه الفرد في حياته لأكثر من سبب: الحصول على المعلومات، تمضية وقت الفراغ، للتسلية والإمتاع، لمتابعة الأحداث الجارية على الساحة وغيرها، كل على حسب الوسيلة التي يفضلها، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات.

والتليفزيون كوسيلة من وسائل الإعلام لا يمكن الاستغناء عنه، فهو نافذة مرئية على العالم الخارجي، نعرف من خلالها كل ما نريد أن نعرفه دون الحاجة لبذل الجهد، فضلاً عن كونه أصبح أداة أساسية من أدوات التغيير والتطوير، ويكفى أن نمعن النظر حولنا وفي أنفسنا لنرى كم المعلومات والثقافات عرفناه لأول مرة من خلال التليفزيون، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية بهذا الشكل .

ومع بداية البث التليفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، ظهرت الفضائيات، وأصبحت هي مصدر التسلية والترفيه والحصول على المعلومة ومتابعة الأحداث الجارية على الساحة وغيرها، ونستطيع أن نقدر انتشار هذه القنوات الفضائية واهتمام الناس بها بالنظر إلى أسطح المنازل، حيث لا يكاد يخلو سطح من الصحون اللاقطة (الدش)، فبسبب تعدد قنواته فمنها الحكومي والأهلي، ومنها العلمي والفني والرياضي، ومنها الديني والحزبي، وللجمهور

المشاهد أن يختار ما يحلو له من بين هذه القنوات،ولا يوجد لديه استعداد لأن يفقد مثل هذه الخاصية وخاصة مع رخص أسعار طبق استقبال القنوات الفضائية أو الاستعاضة عنه بما يَماثله، وأصبحت لديه القدرة على الوقوف على آخر الأحداث سواء إن كانت عالمية أو محلية من خلال هذه القنوات .

ونظراً لإقبال المراهقين على التليفزيون عامة والقنوات الفضائية خاصة فإنهم قد يلجأون إلى تقليد ما يقدم والتوحد معه والاعتقاد به وهذه طبيعة فترة المراهقة مما يؤدى إلى ممارسات سلوكية سلبية تتعارض مع قيم المجتمع المصري، وفي ظل الانتشار المتنامي للقنوات الفضائية وتأثير هذه الوسيلة الاتصالية على المشاهدين وبخاصة المراهقين الذين مازالوا في طور التكوين الثقافي والفكري وذلك لأنهم غير مزودين بالثقافة والوعي الذي يكفى لإدراك قضايا المجتمع وطبيعته وفهم المشاكل التي تحيط به مما يجعلهم في النهاية على استعداد للتأثر بمحتوى تلكالقنوات، لذا من الممكن أن تصبح تلك القنوات من المصادر الأساسية لبناء الثقافة والسلوك لدى هؤلاء الأفراد.

ويوجد الكثير من البرامج التي تشبع فضول المراهق مثل : (البرامج الرياضية – البرامج الفنية – البرامج الإخبارية – البرامج الحوارية – برامج الموضة والأزياء وغيرها من البرامج) فقد يبحث المراهق عن معلومة ويحصل عليها عن طريق إحدى تلك البرامج بكل سهولة .

وتعتمد أي محطة تلفزيونية على البرامج التي تبثها إذ أنها العنصر الأساسي فيها وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى فنية إلى رياضية إلى برامج منوعات وبرامج ثقافية ودينية وغيرها، و تتسارع هذه البرامج وتتنافس فيما بينها لعرض ما يستجد على الساحة من أحداث كل في مجاله .

وتأتى البرامج الحوارية (Talk Show) في ظل هذا الكم من البرامج وما يصاحبه من أحداث متلاحقة في الحياة اليومية في محاولة لأن يكون لها دور في رصد ومتابعة ما يحدث على الساحة أولاً بأول كوسيلة لجذب المشاهد لمتابعة البرنامج مع إحاطته علماً وتعريفه بما يحدث من حوله في نواحي الحياة المختلفة دون الاقتصار على ناحية واحدة دون غيرها، وأغلب البرامج الحوارية (Talk Show) تقدم تقريراً يومياً مهمته تعريف المشاهد بأهم الأحداث التي

وقعت في مصر في هذا اليوم،ويحتاج المشاهد إلى فرصة كهذه تمنح له كي يعرف أهم الأحداث الجارية سواء أكانت هذه الأحداث سياسية، اجتماعية، اقتصادية، دينية، فنية وغيرها إلى آخر ما يستجد من أحداث، وبما أنها تعطى مستوى معرفة لا بأس به فقد نقتصر بمشاهدة تلك البرامج دون الحاجة إلى وسيلة أخرى .

ونظراً لكثرة ما يقع من أحداث متلاحقة في الحياة اليومية، فقد لا يستطيع المشاهد استيعابها كلها، ولكن مع وجود البرامج الحوارية ومحاولة تقديمه لكل ما حدث مع تقديم تفسير له فالأمر أصبح أسهل كثيراً، وقد تجلى دور هذه البرامج واضحاً خلال ثورة الخامس والعشرين من يناير الماضي .

ومن ناحية أخرى فإن المراهق يعيش بمعزل عن المتغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والمحلية أو الدولية بالإضافة إلى حالة الفراغ السياسي والثقافي الذي يعانيه الشباب المصري بصفة عامة والذي يمثل الدعامة الأساسية لقيم المجتمع وبنائه، وبناء على هذا فإنه يمكن من خلال البرامج الحوارية (Talk Show) خاصة مع ارتفاع نسبة من يشاهدون هذه البرامج من المراهقين أن تشبع حاجة المراهق في قضاء الوقت ومساعدتهم على الإحاطة علماً بما يقع من أحداث وإتاحة المزيد من الوعي له .

** ** **

الفصل الأول

القنوات الفضائية والبَرامج الحوارية

المبحث الأول : القنوات الفضائية

أولاً : نشأة وتطور القنوات الفضائية .

ثانيًا : تقسيم القنوات الفضائية .

ثالثًا : تقييم آداء القنوات الفضائية العربية .

- الجوانب الإيجابية في القنوات الفضائية العربية .
- الجوانب السلبية في القنوات الفضائية العربية .

رابعاً : أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الفضائيات العربية .

خامساً : الوضع الراهن للمشهد الفضائى في الوطن العربى .

سادساً : القنوات الفضائية عينة الدراسة .

المبحث الثاني : البرامج الحوارية

أولاً : نشأة وتطور البرامج الحوارية .

ثانيًا : أنواع الحوار .

ثالثًا : خصائص البرامج الحوارية .

رابعًا : إعداد البرامج الحوارية .

خامسًا : صياغة الأسئلة .

سادسًا : تنفيذ برامج الحوار .

سابعًا : عوامل نجاح البرامج الحوارية .

ثامنًا : أشهر البرامج الحوارية العربية .

تاسعًا : البرامج الحوارية عينة الدراسة .

** ** **

تمهيد:

أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المشاهدين حيث أصبح في مقدورهم مشاهدة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية أم رياضية، وأصبح المتلقى هوالذي يحدد درجة إعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه، خاصة مع تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية التي أصبحت تتنافس بدرجة كبيرة في الإستحواذ على إهتمام جمهور المشاهدين، وتعتبر القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومثيرة في حياة المشاهدين ومن ثم لم يعد في الإمكان تجاهلها لما لها من عديد من الآثار على مشاهديها خاصة في ظل إزدحام خريطة البث التلفزيونى بكم هائل من القنوات الفضائية التي تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون وتتعدد أيضًا ساعات إرسالها ونوعية جمهورها، وفي ظل ثورة الاتصالات أصبح من حق الفرد أن يعلم ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التي تشبع إحتياجاته .

وفي ظل هذا التنوع الهائل في البرامج المختلفة في القنوات الفضائية نلاحظ أن "الحوار" كشكل فنى أصبح من أهم ما تبثه القنوات التليفزوينة الفضائية العربية، وبخاصة ما يتم منها بثه على الهواء مباشرة، حتى غدت من أهم سمات التميز لبعض هذه القنوات، حيث تستهدف إلقاء الضوء على بعض الموضوعات المهمة والقضايا والمشكلات التي تشغل بال المشاهد العربى من خلال إبراز وجهات النظر المتعددة والمختلفة، ومن ثم فقد شهدت هذه النوعية من البرامج طفرة في إتساع مساحة التعبير عن وجهات النظر وحرية طرح الآراء فيها، كما تنوعت الأفكار والموضوعات فجاءت أكثر جرأة وصراحة بل إنها تخطت في بعض الاحيان حدود الجرأة، مما شكل عاملاً مهماً في متابعة الجمهور العربى لها[١]، ومع ما للفضائيات العربية من دور بارز تلعبه نجد أنها تؤثر على المتلقين بفئاتهم المختلفة وخاصة المراهقين، وإذا ما كان الإعلام بأجهزته المختلفة يؤدى وظيفة هامة في المجتمع بإعتباره إحدى وسائل التنشئة الاجتماعية الذي يهدف إلى توجيه أفراد المجتمع من جانب والتعبير والتنفيس

---

(١) – عبد الرحمن محمد سعيد الشامى، **مرجع سابق**

عنهم من جانب آخر فإن جمهور المتلقين بفئاته المختلفة وخاصة المراهقين يتأثر بصورة مباشرة وغير مباشرة بما يتلقاه من مواد إعلامية مختلفة[1].

***

(١) - عزيزة عبد العزيز . **الطفل المصرى والقنوات الفضائية**، (القاهرة : المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية، قسم بحوث الإتصال الجماهيرى والثقافة ، ٢٠٠٤) ص١٢٠

المبحث الأول : القنوات الفضائية

أولاً : نشأة وتطور القنوات الفضائية :

بدأ إنطلاق العرب نحوالبث التلفزيونى الفضائى المباشر منذ عام ١٩٩١، عندما شرع بعض المستثمرين السعوديين في بث قنوات مركز إذاعة الشرق الأو سط (MBC) من لندن، والتي وفرت خدمة إخبارية وبرامج حوارية للمشاهدين العرب على النسق الشائع في الغرب عموماً، ثم شرع مستثمرون سعوديون آخرون في إطلاق شبكات فضائية عربية ذات مضامين غربية مسلية : راديووتلفزيون العرب (ART)، وشبكة Orbit، وإنطلقت بعد ذلك بقية القنوات الفضائية العربية.[١]

ويمكن ترتيب إنشاء القنوات الفضائية على النحوالتالي : القناة الفضائية المصرية بدأ البث الرسمى لها في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠، ثم محطتى الكويت ودبى في أكتوبر ١٩٩٢ م، ومحطة أبوظبى نوفمبر١٩٩٢ م من دولة الإمارات العربية، ثم القناة الأردنية وإنطلقت في يناير ١٩٩٣ م . ومن لبنان إنطلق تلفزيون المستقبل في سبتمبر ١٩٩٣م تحت مسمى الفضائية الرسمية اللبنانية إضافة إلى قناتى السعودية الأولى والثانية، والقناة المغربية والقناة الموريتانية وقناة عمان وقناة التبادل الإخبارى والبرامجى التابعة لإتحاد الإذاعات، ثم توالت القنوات الفضائية العربية بالظهور تباعاً حيث ظهرت القناة الفضائية السورية في السادس من يونيو١٩٩٥، والفضائية السودانية في نوفمبر ١٩٩٥، والفضائية اليمنية في نوفمبر ١٩٩٥ وتشمل البرامج ذاتها التي يبثها تلفزيون صنعاء، ثم بدأت قناة الشارقة الفضائية ببثها الرسمى في الأول من أكتوبر ١٩٩٦ م من الإمارات العربية ثم الفضائية البحرينية وبدأت بثها في سبتمبر ١٩٩٦، ثم الفضائية الليبية، والقناة التونسية السابعة وظهرتا في ديمسبر ١٩٩٦، عجمان الفضائية في فبراير ١٩٩٨ م . ثم عدد كبير من القنوات الفضائية التي إنطلق بثها العام والمتخصص من كل أرجاء الوطن العربى . [٢]

---

(١) – راسم محمد الجمال . **الإتصال والإعلام فى العالم العربى فى عصر العولمة**، الطبعة الأولى ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، يناير ٢٠٠٦) ص١٣٤

(٢) – هناء السيد . **الفضائيات وقادة الرأى**، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥) ص ٥٤.

ومع ذلك، حتى عام ١٩٩٤ كانت ظاهرة البث التلفزيونى المباشر هلامية على المستوى القومى العربى, وظهر من خلالها أربعة أشكال للإستجابة القانونية والعملية لهذه الظاهرة وهي :

أ) دول عربية ضد هذه الظاهرة تماماً، وتحرم إستيراد وإستخدام أجهزة ومعدات الإستقبال الفضائى، وهذه الدول هي : سوريا وليبيا والعراق .

ب) دول تتحكم في مضامين البرامج التلفزيونية المرسلة عبر الأقمار الصناعية من خلال إستقبالها مركزياً، ثم إعادة بثها للمنازل عبر شبكات الميكروويف أو الألياف البصرية، أو الكوابل المحورية في مقابل رسوم شهرية، وأخذت بهذا النظام السعودية وقطر، أو إعادة توزيعها على المنازل من خلال إعادة بثها على محطات التلفزيون الأرضية، وأخذت البحرين بهذا الأسلوب .

ج) دول أخذت بأسلوب مختلط في توصيل برامج القنوات الفضائية من خلال أنظمة الكوابل والأطباق اللاقطة، أو البث التلفزيونى الأرضى التقليدى، وأخذت بهذا النظام مصر، والإمارات العربية المتحدة، والكويت .

د) دول إنفتحت على القنوات الفضائية العربية والأجنبية، وأتاحت الفرصة أمام جمهورها لمشاهدة ما يشاء دون قيود، وإتبعت هذا الأسلوب الأردن، ولبنان، وتونس، والمغرب .[1]

ومع أو اخر عام ٢٠٠٧ وحتى منتصف عام ٢٠٠٨ وصل عدد القنوات الفضائية التي تبث باللغة العربية إلى (٤٨٢ قناة مفتوحة) غير الباقات التليفزوينة المشفرة أو أنظمة التلفزيون المدفوع الذي يبرز من خلال ثلاث شبكات تشمل شبكة راديووتلفزيون العرب وشبكة أو ربت وشبكة شوتايم، وتضم شبكة راديووتلفزيون العرب باقة الأو ائل الرئيسية وتشمل مجموعة من القنوات العربية إضافة إلى بعض القنوات الأجنبية . وداخل هذه الباقة توجد عدة باقات فرعية متخصصة مثل باقة الرياضة وباقة الأفلام وغيرها [2]. ويمكن ملاحظة أن قناتى mbc، art تبثان من خارج الوطن العربى، قبل إنتقال الأولى إلى دولة

---

(١) – راسم محمد الجمال . **مرجع سابق**، ص١٣٥ .

(٢) – محمود خليل . **الإعلام العربى مظاهر النموومخاطر التفكك**، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ١٠١.

الإمارات العربية المتحدة، وهما قناتان خاصتان إلا إنهما تحظيان بدعم من بعض الحكومات العربية، ذلك أن تلك الدول قدمت على إستحياء في هذه القنوات ما كانت تتحرج من تقديمه في قنواتها المحلية، أو أنها أرادت أن توحى للمواطن العربى أن هناك فضاءً جديداً للحرية يمكن له أن يتجول خلاله لكنه يبقى ضمن سيطرة الدولة وتوجيهها بشكل أو بآخر .[١]

ثانيًا : تقسيم القنوات الفضائية :

يمكن تقسيم القنوات الفضائية وفق معايير مختلفة فيمكن تقسيمها حسب الأقمار التي تبث عليها، وكذلك يمكن تقسيمها وفق أنواع البث أو وفق تخصصات القنوات، ويمكن تقسيمها أيضًا وفق اللغة المستخدمة في البث [٢]

كما يمكن تصنيفها إلى :

* قنوات فضائية عربية حكومية وتمثل القنوات التي تمتلكها وتديرها الحكومات العربية ممثلة في وزارات الإعلام، وقنوات فضائية عربية خاصة وتمثل القنوات الفضائية العربية التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية .

* قنوات فضائية عربية عامة وتمثل القنوات التي تقدم مضموناً متنوعاً للجمهور يتنوع ما بين مختلف المواد الإعلامية، وقنوات فضائية عربية متخصصة وهي القنوات التي تسعى لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها .

* قنوات فضائية عربية مفتوحة والتي يستطيع الجمهور إستقبالها عن طريق إمتلاك أجهزة الإستقبال الفضائى وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة، وقنوات فضائية عربية مشفرةتمثل القنوات التي لا تتاح مشاهدتها للجمهور إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة .

---

(١) – محمد منير حجاب . **وسائل الإتصال نشأتها وتطورها**، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع, ٢٠٠٨) ص٢٢٠ .

(٢) – أمين سعيد عبد الغنى . **الثقافة العربية والفضائيات**، الطبعة الأولى، (القاهرة : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص ٣٧.

* قنوات فضائية عربية تبث باللغة العربية ويبث بعضها بلغات أخرى بجانب العربية، قنوات فضائية عربية تبث بلغات أجنبية فقط وتمثل القنوات العربية التي تبث باللغات الأجنبية كالإنجليزية والفرنسية وغيرهاَ .

* قنوات فضائية عربية تبث إرسالها للمنطقة العربية ويمتد إرسال بعضها لمناطق عالمية أخرى وتضم أغلب القنوات الفضائية العربية التي تستهدف بث إرسالها للمنطقة العربية في المقام الأول، قنوات فضائية عربية تبث إرسالها للمنطقة العربية فقط وتستخدم هذه القنواتالأقمار العربية بمفردها ولا تستخدم أي من الأقمار العالمية الأخرى [١].

ثالثاً: تقييم آداء القنوات الفضائية العربية :

أ-**الجوانب الإيجابية في القنوات الفضائية العربية :**

– إرسال القمر الصناعى يصل إلى أكثر من ٨٠٠٠ ميلاً بعيداً .

– للأقمار الصناعية القدرة في بث عدد غير محدود من المحطات الأرضية في وقت واحد .[٢]

– لقد كان القمر الصناعى العربى " العربسات " أولاً، ومن ثم القمر الصناعى المصري " النايسات " لاحقاً من المكاسب التي تحققت في ظل ظروف إشتد فيها التنافس على الحيز الفضائى للأقمار الصناعية في الحوار المتزامن جغرافياً مع الأرض، حتى أنهما إعتبرا من المشروعات السباقة في مجال الإستفادة من هذا الجانب، والريادة في العربسات الذي لم ينشأ لأغراض تجارية – وهذا ربما ما زاد من أعباء إنجازه – أنه مشروع سباق بصرف النظر عن عدم تمكن العرب من الإستفادة منه على الوجه الأكمل في بدايات عهده .

– القدرة على تقديم الصور الحية لما يحدث حولنا في العالم مثلما حدث في حرب الخليج وجلب الصور من هذا الصراع المباشر إلى شاشات التليفزيون في العالم بطريقة كانت من المستحيل أن تحدث في السابق .[١]

---

(١) – هبة شاهين. **التلفزيون الفضائى العربى**، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٨) ص١٣٩.

(٢) –Christopher Paterson . **Satellites**، ٤ th Edition، (Technology Futures :٢٠٠٠) P ٢٩٥ .

- المواد التي تبثها هذه القنوات ممتعة وغير مملة وتتضح من خلالها الإمكانات الكبيرة المادية والبشرية التي تتوفر لها كي تنتج بشكل ممتع للمشاهد.

- هذا البث يتميز بالحرية والمصداقية بينما يخضع البث المحلى للرقابة والتوجيه .

- البرامج التي تقدمها هذه الشبكات تراعى في تقديمها ذوق المشاهدين، وأنها توفر الترفيه الكافى للمشاهدين .[٢].

- أتاحت الفضائيات التي قدمها عصر البث المباشر أن يطلع الجمهور العربى على نماذج أخرى مخالفة لواقع مجتمعه الحالى من حيث الديمقراطية، ومساحة الحرية، وإحترام حقوق الإنسان، وحق القول والتعبير، إضافة إلى حق الحصول على المعرفة والأخبار وهذا كله ألقى بظلاله على الأنظمة العربية صاحبة الإعلام الرسمى المرئى بحدوده الضيقة، وغير الملبية لتطلعات وإحتياجات الشريحة الأوسع والأهم في المجتمع العربى .

- تراعى الخدمة البرامجية لقلة من القنوات الفضائية (وتحديداً القنوات الخاصة) مدى مناسبة المضمون المقدم لكل أفراد العائلة، بإتباع نظام الإشارات الذي يبرمج التلفزيون على أثرها، كما هوالحال في أو روبا، حيث تقتصر قنوات شبكة أو ربيت مثلاً على البث وفق نظام الإشارات المتبع بأو ربا وامريكا الشمالية، والذي يراعى وجود عينات من الجمهور كالأطفال بين جموع المشاهدين، وبالتالي يقدم إشارات تنبيهية لأفراد الأسرة لفرض الرقابة الأسرية على المادة التي يختارونها لأطفالهم أولمراهقيهم أولأنفسهم بعيداً عن العنف والجنس وكل ما يسئ للنفس البشرية، كالإشارة ذات المستوى الأول (R١) والتي تؤكد أن المضمون المقدم يصلح لجميع أفراد الأسرة، والإشارة ذات المستوى الثاني (R٢) والتي تؤكد أن المضمون المقدم خاضع للتقدير الشخصى لرب الأسرة، والإشارة ذات المستوى (الثالثR٣) والتي تنصح بتوخى الحذر،

---

(١) Bart Kuperus. **satellite broadcasting guide**,(New York : Watson – Guptill, ١٩٩٤) p.١٦.

(٢) – وليد حسن الحديثى . **الإعلام الدولى وبعض إشكاليات الخطاب الإعلامى العربى**، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ١٥٢.

والإشارة ذات المستوى الرابع (R٤) والتي تؤكد أن المضمون المقدم لا يصلح إلا للكبار فقط، ولا يزال ينقص هذا المشروع حتى ينجح في المنطقة العربية وجود التقنية اللازمة التي تقفل جهاز الإستقبال بمجرد بروز إشارة لا يرغب الأهل في مشاهدة أطفالهم لها، ولا يعود للعمل حتى يتم تغيير المحطةعلى قناة أخرى تقدم برامج من مستويات لا يمانع الأهل في مشاهدتها .

– تشهد القنوات العربية، وخاصة المتخصصة في مجال الخدمة الإخبارية صراعاً ملحوظاً، مما يؤدى بالتأكيد إلى تطوير الخدمة الإخبارية من كافة الجوانب التقنية والزمنية واللفظية، والتحريرية، وسيكون بلا ريب في صالح الجمهور العربى، إذ أن هذا التنافس جعل المواطن العربى على إطلاع مباشر بآخر المستجدات الإخبارية أول بأول، مع تعدد خيارات هذا الإطلاع، والرؤى المقدمة من أكثر من مكان وفي وقت واحد، فحرية التلقى والإنتقاء بين نشرات وأخبار الفضائيات العربية العامة أو المتخصصة أصبح حقيقة واقعة بفضل تعددها وتنوع أشكالها ومضامينها، وأساليب تأديتها لخدماتها .

– كان لتدفق المعلومات السابق الذكر عبر الحدود العربية وبفضل الفضائيات العربية تأثير ملحوظ في تنامى الرأى العام العربى، وتعبئة الشارع العربى من المحيط إلى الخليج بشعور واحد حول ما يجرى من أحداث في فلسطين أو العراق، والذي حشده وزكاه ولفت النظر إليه تدفق المعلومات عبر الفضائيات العربية على إختلاف أنواعها ومشاربها وطبيعة خدماتها .

– أتاحت بعض الفضائيات العربية توفير خدمة أساليب التعليم عن بعد من خلال القنوات الخاصة بالإضافة إلى القنوات التي توفر المناهج الدراسية ومما زاد من هذه الخدمات توافر القنوات الفضائيةفي المنازل.[١]

– ظهورقنوات متخصصة في المعالجة والتداول الطبى مثل قناة حورس ونفرتيتى المصريتين. [٢].

---

(١) -BS.Bhatia.**satellite Networks for school Education**،(New Delhi: Central Institute Technology, ٢٠٠٩) P٢٤

(٢) – سامى الشريف . **مرجع سابق** ، ص٣٠٩.

- تنوع مضامين القنوات المتخصصة لتشمل : قنوات الرياضة، قنــوات الأفلام العربية القديمة والحديثة، قنوات الأفلام الأجنبيــة المترَجمــة، القنــوات الإخبارية، قنوات الأطفال، قنوات التعليم، قنوات الشــراء والتســوق، القنــوات الغنائية، القنوات الدينية، قنوات الحوار، الدردشة والألعاب وغيرها من القنوات المتخصصة الأخرى أدى إلى مبادرة القنوات الفضائية العربية بدخول مجــالات تخصصات رائدة في السنوات الأخيرة مثل القنوات المتخصصة فــي مجــالات السياحة العربية، القنوات التخصصة في مجالات الإقتصاد والعقــار، القنــوات المتخصصة في الطهى، القنوات المتخصصة في السيارات ومحركات التشغيل، القنوات المتخصصة في الأدب والشعر العربــى، القــوات المتخصصــة فــي تكنولوجيا المعلومات، القنوات المتخصصة في الزواج، القنوات المتخصصة في الفنون الكوميدية، القنوات المتخصصة في برامج تلفزيــون الواقــع، القنــوات المتخصصة في الإعلانات المبوبة، وغيرها من التخصصات الفريدة في مجــال البث الفضائى العربى .

- الوصول للجاليات العربية في الخارج وربطها بوطنها الأم وتحقيق التواصل مع المهاجرين العرب في الخارج.تستطيع القنوات العربية أن تعيد العائلة المهاجرة بشكل رمزي إلى أجواء الوطن من خلال الموسيقى والأصوات العربية، لتشبع حنين العيون والآذان اللاجئة إلى الوطن .[١]

- إطلاع المشاهدين على أنماط ثقافة الشعوب والتعرف على درجة التقدم والرقى الذي يتحقق لديها في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية وهوما يسمى " التفتح السمح "، حيث أن التعريف بأنماط تفكير وطرق حياة إيجابة لشعوب أخرى متقدمة فكرياً وحضارياً يؤدى إلى تحفيز المجتمع لتطوير ذاته .

---

(١) -هبة شاهين . **مرجع سابق** ، ص٣٩٤.

- أصبح هناك إزدهاراً في المجال الرياضى، من خلال النقل المباشر للمباريات الرياضية من ناحية وظهور قنوات رياضية متخصصة من ناحية أخرى[1].

ب- الجوانب السلبية في القنوات الفضائية العربية :

-لم تأخذ الفضائيات العربية نتيجة لإضطرار إطلاق بثها مواكبة مع المحيط العالمى نصيبها من التخطيط ودراسة الجدوى، وطبيعة الأهداف، وحاجات الجمهور المستهدف، ومن هنا فإن المتابع لمعظم هذه القنوات لا يجد فلسفة محددة تحكم آداء عملها، أو أهدافاً إستراتيجية تسعى لتحقيقها .

-معظم القنوات الفضائية العربية لا تقوى على ملء ساعات إرسالها إلا بإنتاج مستورد لا يعبر عن هويتها، ولا يعكس ثقافة المجتمعات التي تمثلها، وهكذا أصبحت هذه القنوات مجرد تواجد عربى على الساحة الفضائية ليس أكثر .

-إن القنوات الفضائية العربية (الرسمية تحديداً) لم تستوعب – بعد – حجم المنافسة الخطيرة التي تنتظرها من جانب القنوات الدولية سواء الناطقة بالعربية أو غيرها،كما لم يستوعب القائمون عليها بشكل واضح ودقيق مدى الفارق بين ما يجب أن تقدمه تلك القنوات، وما يمكن أن تقدمه القنوات المحلية، فلازال الحفاظ على السلطة، وتكريس وجهة نظر النظام السياسى الحاكم في الدولة الباثة هو الهدف الأسمى الذي تسعى إليه تلك القنوات، فنشرات الأخبار في كل القنوات الفضائية الرسمية تتصدرها أخبار ئيس الدولة وأنشطتة اليومية الروتينية والتي تستغرق معظم وقت النشرة .

- تؤدى القنوات المتخصصة إلى مزيد من إنعزالية الأفراد، وتقوقع إهتماماتهم وخبراتهم، وتفتيت الجمهور الواحد إلى عدد كبير من الجماعات الصغيرة، ذات الإتجاهات المتباينة، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة تتجه إلى

---

(١) – عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد. **وسائل الإعلام نشأتها – تطورها – آفاقها المستقبلية**، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٦-٢٠٠٧) ص٢٦٩.

جعل خبرات القراءة والإستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، بدلاً من كونها خبرات مشتركة، فالرسائل التي توجهها القنوات المتخصصة أصبحت أكثر فردية، كما أن الأفراد يعرضون أنفسهم للمعلومات التي يحتاجونها بصفة شخصية .

– إن أسلوب المحطات الفضائية لكسب اتصالات المشاهدين تجاوز كل الحدود عبر التصويتات والآراء والإختيارت بين الصوت الأجمل والجسد الأنحل والرنة الأفضل والأغنية الأعزب، حتى أضحت عبارة " إتصل الآن " التي لا يمكن لمتتبع للفضائيات العربية بسرعة كبيرة إلا أن يصادفها خلال ثوان مرات عدة توازى عبارة " إدفع حالاً "، وغدت العبارتان تحملان البعد نفسه، وهوما لا نراه في المحطات الأجنبية التجارية التي إخترعت هذه المسائل ذاتياً، بإستثناء المحطات الجنسية البحتة ذات المستوى القيمى المتدنى، والتي لم تصل أي من فضائياتنا العربية بعد إلى هذا المستوى .

– في الوقت الذي تهاجم فيه القنوات الفضائية العربية مثيلاتها الأجنبية بدعوى تهديدها لعناصر ومقومات ثقافتنا العربية والإسلامية، وتقديمها لمواد تتنافى مع قيمنا وأخلاقنا وتراثنا الحضارى، فإن بعض القنوات الفضائية العربية تقدم بين برامجها ما هوأكثر خطورة وتهديداً لتلك القيم والأخلاقيات، فالمتابع لبعض قنوات الأغانى العربية لا يكاد يلمس فارقاً كبيراً بين ما تقدمه تلك القنوات من كليبات فاضحة، وبين ما تقدمه القنوات الإباحية .[١]

–فشل القنوات الفضائية العربية في تثبيت شعارها وقيامها بتغيير شعارها من وقت لآخر، كما تتسم شعارات القنوات الفضائية العربية بالفقر البصرى وبعدم الإرتباط بالهوية العربية . يغلب على شعارات القنوات الفضائية العربية الحروف والأرقام اللاتينية بدلاً من إستخدام الحرف العربى الذي يرتبط بالهوية العربية، وذلك بإستثناء نماذج محدودة للغاية .

– عدم وضوح ملكية وأهداف العديد من القنوات الفضائية العربية إرتباطاً بظهور قنوات فضائية مجهول الهوية لا هم لها سوى ضرب هوية الأمة

---

(١)– سامى الشريف . **مرجع سابق** ، ص٣١٥

والطعن في رموزها، فمع انتشار القنوات الفضائية تبرز العديد منها التي تهدم الهوية العَربية في ثوب عرب يخدع المشاهد العربى، وبهدف تحقيق الأهداف الأجنبية في ظل عدم وضوح تمويل تلك الفضائيات، وما يرتبط بذلك من إتهام بعض القنوات الفضائية بخدمة المصالح الغربية واليهودية في المنطقة العربية . كما تدعم بعض النظم في الدول العربية إطلاق القنوات الفضائية من تحت الطاولة، بهدف تلميعها والدفاع عنها تحت ستار كونها قنوات مستقلة .(١).

– تقدم المضامين التلفزيونية في القنوات الفضائية الأجنبية حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ورموزها، فالإعلام الغربى يتعمد تقديم صورة للعرب والمسلمين تجمع بين الضعف والتخلف والإرهاب والتطرف، بالإضافة إلى عرض مضامين إباحية مما يشكل خطورة على المستوى الأخلاقى، يؤدى إلى إشاعة روح الإنهزامية واليأس واللامبالاة وتسطيح الوعى وهويمثل " تحدياً فكرياً وحضارياً "

– إتفقت كل الدراسات العربية التي تناولت البث التلفزيونى المباشر الموجه للدول العربية والإسلامية على أنه غزوثقافى، وأنه يشكل تهديداً لذاتنا العربية وللهوية الثقافية والحضارية العربية .

– فرض قيم الإستهلاك وتحويل المجتمعات العربية إلى مجرد أفواه وعقول مستهلكة لا منتجة ولا فاعلة .(٢)

– تؤثر البرامج الوافدة وخاصة الأفلام والمسلسلات الأجنبية على مفهوم الزواج وقيمة الأسرة عن طريق عرض نماذج العلاقات غير الشرعية، وخير مثال على ذلك المسلسلات المدبلجة .

– تؤدى متابعة القنوات الفضائية إلى إلهاء الطفل عن متابعة دروسه وتحصيله العلمي، وتعويد الطفل على السهر والخمول وإلهائه عن ممارسه هواياته، وقتل البراءة عند الأطفال، وتعليمهم أساليب الجريمة والعنف وتبث فيهم روح الكراهية والعدوانية وتكسب الطفل ألفاظ وسلوكيات خاطئة، وتثير العديد من التساؤلات لدى الطفل وفي نفس الوقت تقضى على روح التفاهم والحوار

---

(١) – هبة شاهين . **مرجع سابق**، ص٣٩٩

(٢) – وليد حسن الحديثى . **مرجع سابق**، ص ١٥٠

داخل الأسرة، مما يؤدى إلى إرتباك الطفل لأنه يشاهد الكثير من الأشياء التي لا يفهمها ولا يعرف لها تفسيراً .

– تشكل المضامين المحلية التي تحاكى نظيرها الأجنبى بدون وعى خطورة أكثر على المجتمع لأنها تقدم مضامينها باللغة العربية وبذلك يكون صول الأفكار إلى الناس أسهل، وبالتالي تكون الحكومات العربية أنفقت على إنشاء قنوات فضائية تدعوللثقافة الأمريكية وبذلك يصبح الإعلام العربى آداة ضد الواقع العربى.

– تؤدى متابعة القنوات الفضائية إلى توسيع الفجوة بين الأجيال مما يؤدى إلى تقويض أركان التماسك الاجتماعي وإضعاف إنتماء الطفل إلى وطنه، حيث تؤثر المواد الأجنبية الوافدة عبر الأقمار الصناعية على بعض الإعلاميين من تأثيرات هذه المضامين التي أنتجت فيبيئات مختلفة عن البيئة العربية ويؤكد هذا التخوف إرتفاع نسبة مشاهدة الأغانى الأجنبية عن العربية . وبالتالي الإنجذاب لمواد لا تتلائم مع ثقافتنا وقيمنا الأصيلة . (١)

رابعاً: أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الفضائيات العربية :

– المنافسة الشرسة من مختلف القنوات الفضائية الرسمية أو الخاصة العربية والأجنبية، وبما يؤثر على مضمون ما تقدمه بعض القنوات الفضائية العربية، فمثلاً نجد بعض **ما** تقدمه هذه القنوات يتسم بالتحيز أو التهييج وعدم الموضوعية وأحياناً الغموض، من جهة أخرى ظهور قنوات أجنبية يمكن للمشاهد العربى إلتقاطها بسهولة ويتزايد عددها بشكل مستمر، ومنها القناة الفضائية الإسرائلية التي بدأت بثها في وقت قريب، وتخاطب المشاهدين العرب في كل من مصر والأردن وسوريا ولبنان ودول المغرب العربى والخليج العربى ومناطق السلطة الفلسطينية، باللغة العربية وما تقدمه هذه القنوات من مغالطات قد تحدث تشويشاً على المشاهدين العرب، هذا بالإضافة إلى حملاتها الظالمة ضد كل ما هوعربى أو مسلم .

– قصور الإنتاج التلفزيونى لسد إحتياجات القنوات الفضائية العربية، وإعتمادها على الإنتاج المعلب أو المستورد الذي يعانى الكثير من المشكلات،

---

(١) – عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد . **مرجع سابق** ، ص ٢٧١.

ومنها تدنى مستوى القيم المتضمنة والسطحية والإبتذال وغيرها، ويشكل هذا الإنتاج المستورد نسبَة كبيرة تبلغ من ٢٥ – ٥٠ % مما تقدمه هذه القنوات، وفي مصر نجد البرامج المستوردة تمثل حوالى ٢٨ %، وتشير إحدى الدراسات الإعلامية لليونسكوإلى أن الدول العربية تستورد ٥٧ % من إنتاج القنوات الغربية والأمريكية [١] .

– إهتمام القنوات الفضائية العربية بالبرامج الترفيهية على حساب البرامج التي تهتم بالأبعاد الثقافية والإبداعية، وبما ينعكس في تقديم جوانب الشخصية العربية والمسلمة سلباً، في الوقت الذي ينبغى فيه إعتبار مضمون ما يقدم في هذه القنوات جزءاً من حياتها وثقافتها، ويحتم ربط سياستها الثقافية بشكل وثيق بسياستها الإعلامية .

– قصور تدريب الكوادر العاملة في القنوات الفضائية العربية، ويتضح ذلك من خلال ضعف برامج الحوار أو المناقشات والندوات وسطحية الإعداد والتقديم، ومشكلات الإنتاج التليفزيونى التي تظهر في التوليف أو المونتاج أو عدم التوظيف الجيد لإمكانات التلفزيون كوسيلة إعلامية .

– إعتماد غالبية القنوات الفضائية العربية على البث الفضائى التقليدى دون الإستفادة من التقدم الذي حققته الأقمار الصناعية في حمل المعدلات الرقمية العالية ذات الوضوح الفائق، وقصور بنيتها التحتية في هذا المجال .

– إعتماد معظم القنوات الفضائية العربية وخصوصاً الرسمية في مواردها المالية على الموزانات الحكومية من جهة وعلى الإعلان التجارى الذي تشكل نسبته أقل من ١ % بالنسبة لما يقدم في القنوات الرسمية من جهة أخرى، ونلاحظ أن الإعلان يتجه في الغالب إلى القنوات الخاصة اليوم، والتي تتميز برامجها بالحيوية والتشويق ومتابعة الكثير من المشاهدين . [٢]

– وجود تحديات تمويلية واقتصادية تتلخص في الرغبات المتناقضة أحياناً لكل من الممول، المعلن، الجمهور، والتوزيع مما يقع معه الإعلامى في فخ هذا الصراع .

---

(١) – محمد معوض إبراهيم . **مرجع سابق** ، ص ٤٦.

(٢) – محمد معوض إبراهيم . **مرجع سابق**, ص٤٦ .

- صعوبة تحديد نسبة مشاهدى القنوات الفضائية وخصائصهم وإحتياجاتهم الإعلامية ورغباتهم المختلفة حيث يحتاج ذلك في البداية تحديد عدد المنازل التي تمتلك جهاز إستقبال القنوات الفضائية بشكل عشوائى، ثم التعرف على عدد الخيارات التي يستقبلونها من القنوات المفتوحة والمشفرة .

- التحديات المجتمعية وتتمثل في الفقر والأمية الأبجدية والوظيفية التي يعانى منها المجتمع العربى، مما يؤدى إلى نقص الوعى الفردى أو الجمعى وبذلك يسهل التأثر بالمعلومات المتدفقة عليهم مما سيكون له تأثيراً سلبياً على التركيبة الاجتماعية برمتها .

- وجود التحديات الخارجية والتي تتمثل في ظروف المنافسة مع القنوات الأجنبية،والضغوط المباشرةمثل اتصال السفارات بالمحررين لمنع النشر في موضوعات معينة .

- تعمل القنوات الفضائية في دائرة مفرغة، فبمجرد نجاح البرامج الترفيهية يتم إستثمار هذا النجاح بشكل مبالغ فيه فأصبح هناك العديد من القنوات الترفيهية، وهي مشكلة عالمية . [١]

خامساً: الوضع الراهن للمشهد الفضائى في الوطن العربى :

- تعددت القنوات التليفزيونية العربية الحكومية والخاصة داخل الوطن العربى وخارجه .
- إرتفع حجم بث القنوات التليفزيونية، إذ يذاع البعض منها على مدار الساعة يومياً، ونتج عن تزايد حجم البث تزايد مواز للحاجة للإنتاج التليفزيونى
- يعيش الإعلام العربى أزمة مصداقية تجعل الجماهير العربية تنصرف عنه وتتجه إلى الإعلام الغربى الذي يقدم الأفكار والمضامين التي تسهم في إنصراف المشاهد عن جذور ثقافته العربية .[١].

---

(١) - عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد . **الراديووالتلفزيون والقنوات الفضائية**، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٩) ص ٢٥٤ .

سادساً: القنوات الفضائية عينة الدرسة :

١- القناة الفضائية المصرية :

بدأت مرحلة البث التجريبى للقناة الفضائية المصرية في ١٩٩٠/١١/٥، وبعد نجاح إستقبالها بوضوح خلال المحطات التي أقيمت في السفارات المصرية وفي بعض الدول العربية، ثم إفتتاح إرسالها إلى العالم العربى ووسط أفريقيا وجنوب أو روبا وشرق أسيا عبر القمر الصناعى العربى عربسات . (٢)

بداية البث الرسمى ١٢ ديسمبر ١٩٩٠, ساعات البث ٢٤ ساعة دون إعادة، ٩٧% من البرامج من الإنتاج الخاص بالقناة والباقى منتقى من برامج الأولى والثانية والقنوات الإقليمية، تبث على تسعة أقمار صناعية تغطى جميع دول العالم .

القناة الفضائية العربية المفضلة لدى المشاهدين المصريين والعرب كما ظهر في أكثر من إستفتاء، تتميز القناة بتنوعها البرامجى الهائل بحيث تحقق كافة الأغراض الإعلامية وتلبى كافة إحتياجات المشاهد العربى إخبارياً، سياسياً، دينياً، إقتصادياً، ثقافياً، رياضياً وترفيهياً فضلاً عن برامج المرأة والطفل .(٣)

وتمثل الفضائية المصرية نقطة تحول مهمة في تاريخ التلفزيون المصرى، فهى أول قناة يدخل بها التلفزيون المصرى عصر البث الفضائى المباشر، وكما هي أول قناة فضائية مصرية فهى أيضًا أول قناة فضائية عربية، أعطت الإشارة لإنطلاق الفضائيات العربية إلى الفضاء، فإحتفظت بعنصرى السبق والتفرد لكونها أول قناة فضائية تحمل الهوية المصرية والعربية في مخاطبة العالم الخارجى، وتتفرد بمقومات المصداقية والموضوعية والتوزان،

---

(١) – نهى عاطف العبد . " دور نشرات الأخبار فى القنوات الفضائية العربية فى ترتيب أولويات الجمهور المصرى نحوالقضايا المصرية والعربية والدولية، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (القاهرة : جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٦) ص١٨٠.

(٢) – ماجى الحلوانى، عصام نصر. **مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمعبصرية**، (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٤) ص ١٠١.

(٣) –. http://www.tv.m٧la.net **IN**: (٢٠١٠/٧/٣) ١٠:٤٦pm.

والإلتزام بمواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات البث الفضائى، إجمالى ساعات بث الفضائية المصرية : ٨٧٦٠ ساعة بمتوسط يومى ٢٤ ساعة " بث ممتد " (١)

١) أهدف القناة الفضائية المصرية :

- ربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة المصرية التي تنبع من واقعهم وتعبر عن وجدانهم وترعى قيمهم وأخلاقهم .
- ربط السفارات والمراكز الثقافية والإعلامية المصرية في المنطقة العربية والإفريقية والأو روبية بالإعلام المصرى .
- ربط الجاليات المصريةبالإعلام المصرى .
- التعريف بالنشاط السياحى والتجارى والاقتصادي المصرى من خلال البرامج التلفزيونية الفضائية .
- المبادرة بإستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية على أو سع نطاق لإثبات التواجد المصرى في ظل التنافس الإعلامى الذي أتاحه إستغلال الأقمار الصناعية في البث المباشر والدخول في عصر الفضاء الذي تتسابق فيه جميع الدول الكبرى للسيادة وفرض سيطرتها الإعلامية وخاصة على منطقتنا العربية .
- الإستفادة من إنتشار إشعاع هذه القناة القمرية داخل جمهورية مصر العربية لتغطية المساحات المحرومة من الخدمة التلفزيونية .(٢)

٢) تطور إرسال القناة الفضائية المصرية :

بدأت القناة الفضائية المصرية إرسالها بعدد محدود من ساعات الإرسال وتطورووصل الآن إلى ٢٤ ساعة يومياً في محاولة للوصول إلى كافة المشاهدين في كافة أنحاء العالم .

---

(٢) **الكتاب السنوى** . (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى، ٢٠١٠) ص٦٨

(٢) - عاطف عدلى العبد. **الإذاعة والتلفزيون فى مصر (الماضى والحاضر والآفاق المستقبلية)**، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٢) ص ٢٥٠.

بدأت القناة الفضائية المصرية عملها بالاعتماد على البرامج المقدمة من مختلف القنوات التلفزيونية ثم بدأت في إعداد برامجها إعتماداً على مقدمى برامجها بحيث أصبحت لها برامجها الخاصة به، والتي تعبر عن إستراتيجيات الإعلام المصرى في مجال الفضائيات .

وتسعى الفضائية المصرية إلى الإنطلاق إلى آفاق أو سع ورؤى مستقبلية حيث تسعى لخلق روابط قوية بين الجذور في مصر وروافدها في العالم الخارجى بغرض تعميق إنتماء المصريين

في كل مكان لوطنهم الأم .[١]

٢- قناة دريم ٢:

دريم ٢ وهي قناة فضائية تقدم البرامج السياسية والاجتماعية والصحفية والمسلسلات العربية والأفلام المصرية وهي إحدى مجموعة قنوات دريم . وهي مملوكة لرجل الأعمال المصري أحمد بهجت. قناة دريم ٢ يتم بثها على القمر الصناعي المصري نايل سات . أهم برامجها : العاشرة مساء، الحقيقة، الطبعة الأولى لأحمد المسلماني، واحد من الناس، بلغوا عنى ولوآية، دين ودنيا .[٢]

وتهدف قناة دريم الثانية إلى طرح مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، لزيادة وعى الجمهور بمشاكل مجتمعه والعالم، حيث تعد قناة دريم الثانية أكثر إهتماماً بالتوعية والثقافة من دريم الأولى، وتتطلع القنوات الخاصة - ومنها قناتى دريم - إلى الحصول على حق البث الأرضى، ولكن إتحاد الإذاعة والتلفزيون يرفض ذلك لأنه من الجانب التقنى غير ممكن إضافة قنوات جديدة من ناحية، وإرتفاع تكلفة بث قناة أرضية الذي يصل إلى ٥٠ مليون جنيه على الأقل كبداية من ناحية ثانية .[٣]

---

(١) - ماجى الحلوانى . مدخل **إلى الفن الإذاعى والتلفزيونى والفضائى**، الطبعة الأولى، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥) ص٩١ .

(٢) - http://ar.**wikipedia**.org **IN** : (٦/٧/٢٠١٠) ٠٩:٠٦pm.

(٣) - نهى عاطف العبد. " علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**،(القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٣) ص ٢٧٤.

٣- قناة المحور :

قناة المحور الفضائية قناة تلفزيون مصرية خاصة تمتلكها مجموعة سما جروب المملوكة لرجل الأعمال د.حسن راتب، وبدأت في عيد الإعلاميين الثامن عشر (مايو ٢٠٠١)، وتعرض القناة العديد من الأعمال الدرامية من مسلسلات وأفلام وتنتج العديد من البرامج ومن أهمها:

٩٠ دقيقة الذي يقدمه الإعلامي معتز الدمرداش, برنامج ٤٨ ساعة تقديم سيد علي وهناء السمري، برنامج ساعة مع شريف تقديم شريف مدكور, برنامج الصفحة الأخيرة تقديم محمد القاضي، برنامج أحلام تقديم الشيخ سيد حمدي، برنامج صبايا تقديم ريهام سعيد، برنامج العيشة واللي عايشنها تقديم سارة أسامة، ويرأس القناة الإعلامي أحمد جادو[١]

وتتمثل أهداف قناة المحور في أن تكون وعاءاً فكرياً يخدم جميع الطوائف، وتناقش الرأى بالرأى والحجة بالحجة وتلتزم بالصدق والموضوعية في الأخبار والبرامج، ومساندة رجال الأعمال الشرفاء وتوضيح مشكلاتهم المالية للرأى العام، والتعبير عن الفكر المصرى السليم في مختلف مناحى الحياة: إجتماعياً وسياسياً وإقتصادياً وثقافياً بما يفيد المشاهد ويحقق المتعة معاً .

---

(١)- http://ar.**wikipedia**.org **IN**: (٦/٧/٢٠١٠) .

المبحث الثاني

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

أولاً : نشأة وتطور البرامج الحوارية :

إن المقابلة التلفزيونية تطورت من المقابلة الصحفية التي سبقت المقابلة الإذاعية بأكثر من قرن من الزمان، إذ ظهرت في الصحافة الأمريكية لأول مرة عام ١٨٣٦م، من خلال الحوار الذي أجراه صحفى الأمريكى مع صاحبة منزل قتلت في بيتها امرأة منحرفة، وكانت أسئلة المقابلة قد صيغت على غرار المساءلة القانونية .

ومنذ ذلك الحين إنتشرت المقابلة في الصحافة العالمية وأخذت شكلها الإعلامى بإعتبارها من الفنون الإعلامية المهمة، ومع مطلع القرن العشرين إنتقلت المقابلة إلى الإذاعة وأضحت أحد فنونها الرئيسية، ومع بداية النصف الثاني من القرن الماضى إنتقل فن المقابلة إلى التلفزيون ليكون أحد فنون الإقناع المهمة على الشاشة في العديد من محطات التلفزيون العالمية، بمن في ذلك محطات التلفزيون العربية، وإستمرت برامج المقابلات تتطور شكلاً ومضموناً في وسائل الإعلام العربية والعالمية .

وبعد أن دخل فن المقابلات المسموعة والمرئية مرحلة التنظير في معاهد وأقسام وكليات الإعلام كغيره من الفنون الإذاعية والتلفزيونية، تطورت أساليبه ووسائله وتقنياته وتعددت وظائفه وتنوعت موضوعاته، فأصبحت المقابلات الإذاعية والتلفزيونية تتناول موضوعات سياسية واقتصادية ودينية وإجتماعية وفنية ... إلخ [١]

وفي مجال " التوك شو" الاجتماعي أيضًا شكلت المحطات اللبنانية نموذجاً جريئاً راح المشاهدون العرب يستغربونه وينبهرون به أو يمتعضون من جرأته، ومن ثم راحوا يعتادون عليه، بل حتى يقلدونه، ولاسيما لدى إثارة المواضيع

---

(١) – مصطفى حميد كاظم الطائى . **الفنون الإذاعية التلفزيونية وفلسفة الإقناع**، الطبعة الأولى، (الإسكندرية : دار الوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧) ص ٢٧٨

التي تلامس المكبوت والمسكوت عنه . وقد إستنسخت برامج هي مقلدة في الأصل لبرامج أجنبية مثل : " الشاطر يحكى " الذي عرض سابقاً على شاشة " إل . بى . سى "، و" سيرة وإنفتحت " الذي يعرض حالياً على شاشة المسقبل، و" الحل بإيدك " الذي عرض سبقاً على شاشة " نيوتى . في "، وأصبح لها مقلدون كثر في الفضائيات العربية الأخرى . (١)

ثانيًا : أنواع الحوار :

يرتبط نوع الحوار كمحرك أساسى للبرامج الحوارية، بطبيعة الشخصية المتحاورة أو ضيف البرنامج ... وهناك عدة أنواع للحوار، وكلها أنواع تفرض قالباً وإيقاعاً فنياً وفكرياً خاصاً في البرنامج الحوارى وهي : حوار الشخصية، حوار المعلومة، حوار الرأى، الحوار المتخصص .(٢)

- حوار الشخصية :

يستهدف تسليط الأضواء على الضيف من جوانبها المختلفة وهناك خطأ شائع مفاده أن هذا النوع من الحوار يقتصر على الشخصيات المشهورة فالواقع أن حوار الشخصية يمكن أن يشمل أي شخصية طالما توافر فيها جانب شيق يجذب إنتباه المشاهدين(٣) وعلى الأسئلة أن تبرز جوانب الشخصية المختلفة أو على الأقل الحوانب الطريفة فيها، وأيضاً يجب على المتحدث أن يراعى الحالة النفسية الناشئة عن الظروف التي يحرى فيها الحوار فيصبغ لهجته وصوته بهذه الحالة أو بشئ قريب منها، حتى لا يخدش عواطف الذيت يتحدث إليهم أو عواطف المشاهدين، فإذا أجرى حواراً أثناء وقوع كارثة حريق راح فيه بعض

---

(١) – نهوند القادرى عيسى. **قراءة فى ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك**، الطبعة الأولى،(بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٨)

(٢) – نسمة أحمد البطريق . **الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، الطبعة الاولى،(القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص١٩٢

(٣) – بركات عبد العزيز . **إتجاهات حديثة فى إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الإحتراف ومهارات التطبيق)**، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠) ص ١١١

الضحايا فيجب أن يكون في لهجته وصوته ما يدل على تأثره بالحادث، ولا يجرى الحوار بطريقة محايدة، وكأن الامر لا يعنيه .[1]

- **حوار المعلومة أو المتخصص :**

هذا النوع من الحوار يجرى لتقديم خدمات عامة، وقد يكون ضيف البرنامج شخصية غير معروفة نسبياً، وقد يكون شخصية مرموقة في مجال عمله لأن الهدف الأساسى هوإعطاء وتوصيل المعلومات . وعندما يكون ضيف البرنامج من الشخصيات المهمة البارزة، فإنه غالباً ما يمزج المعلومات بطرح آراء شخصية . على الرغم من أن ما يمكن أن يسميه البعض رأياً قد يسميه الآخرون حقيقة . [2]

ولما كانت الأخبار هي بمثابة معلومات عن وقائع جديدة وأحداث يسعى التلفزيون للحصول عليها من مصادرها، ثم يقدمها إلى جمهوره، فقد درج العاملون في المحطات على إطلاق اسم " الحوار الإخبارى " على هذه الحوارات التي يكون هدفها الحصول على " أخبار " أي " معلومات " حول حدث أو واقعة أو موضوع لم يسبق نشره . مثل الحوارات التي يتم إجراؤها مع المسئولين والمتحدثين الرسميين وكبار الشخصيات، عقب الإجتماعات الرسمية الهامة أو بداية الزيارات الرسمية,أو بعدمغادرةالضيوف الرسميين للبلاد، أو عند وقوع أحداث هامة على المستوى العام.[3]

وأهم أهدف هذه البرامج هوالتحاور حول معلومة لتحقيق :

أهداف عامة : إعلامية – إرشادية – ترفيهية – ثقافية ... إلخ

أهداف حاصة : تغطية أحداث مستجدة في المجالات المتعددة في الحياة .

---

(١) – أميرة الحسينى . **فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون**، الطبعة الأولى،(لبنان : دار النهضة العربية، ٢٠٠٥) ص ١٢٨

(٢) - روبرت هيلارد، مؤيد حسن فوزى . **الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة**، الطبعة الأولى، (الإمارات : دار الكتاب الجامعى، ٢٠٠٣) ص٢٥٣

(٣) – أميرة الحسينى . **مرجع سابق** ، ص ١١٦

أهداف متخصصة : في مجالات الأدب – الفن – السياسة – الإقتصاد – الإجتماع ...[1]

- **حوار الرأى :**

هوبمثابة إستعراض لوجهة نظر شخص ما في قضية معينة تحظى بإهتمام الناس وتشغلهم، وعلى هذا فإن الأساس الذي يقوم عليه هذا النوع من برامج الحوار هوآراء الشخص الذي نجرى معه المقابلة، وليس شخص المذيع أو مقدم البرامج .

وضيوف هذا النوع من البرامج يمكن أن يكونوا من فئة العلماء كما يمكن أن يكونوا من العوام، ومن غير المتعلمين ففى هذا الحوار لكل رأيه ولكل وجهة نظره، ولكل موقفه .كما ينبغى إعداد أسئلة الحوار بطريقة تتيح للصيف الإجابة بما يعبر عن وجهة نظره، والإبتعاد كلية عن الأسئلة المغلقة التي يجاب عليها بكلمة " نعم " أو" لا " كما لابد من إحترام رأى الضيف مهما كان وأياً كانت درجة خلافه مع وجهات نظرنا، أو وجهات نظر آخرين شاركوا في نفس البرنامج .[2]

ولكن برامج الحوار لا تقتصر على هذه الأشكال (حوار الرأى، وحوار المعلومات، وحوار الشخصية، والحوار المتخصص)، فمن الملاحظ أن الحوار الواحد قد يشتمل على عناصر من هذه الأشكال الثلاثة، فالحوار قد يكون حوار للرأى والمعلومات في آن واحد . كما قد يكون حوار حول شخصية للتعريف بجوانبها وأبعادها والكشف عن آرائها وما تعرفه من معلومات جديدة حول حدث من الأحداث أو واقعة من الوقائع . ومن ثم فإن الفصل بين هذه الأشكال هولغرض الفهم فقط، فالحدود بين أنواع الحوار ليست قاطعة أو حاسمة .وهناك عدة أشكال أخرى لبرامج الحوارمن بينهاالمناقشات والندوات وبرامج التليفون، والبرامج الجماهيرية وغيرها .

- **برامج المناقشات :**

---

(١) – نسمة أحمد البطريق . **مرجع سابق،** ص ١٩٣

(٢) – أميرة الحسينى . **مرجع سابق** ، ص ١٢٢

تهدف برامج المناقشات إلى تبادل الآراء والمعلومات للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة حول أسئلة هامة أو مشكلة معينة . ويجب عدم الخلط بين برامج المقابلات وبرامج المناقشات . فالهدف من برامج المقابلات هوالحصول على المعلومات وإستنباط الآراء بينما تستهدف برامج المناقشات تبادل الآراء والمعلومات، وكتابة برامج المناقشات تسير على خيط رفيع بين الإعداد الكامل للنص، والإعداد الجزئى الذي يتضمن الخطوط الرئيسية . فالكاتب لا يمكنه أن يكتب النص التفصيلى للبرنامج لأنه لا يعرف على وجه الدقة طبيعة الإتجاهات والآراء التي ستثار من جانب المشتركين حول الموضوع أو القضية محور النقاش، وأبسط أنواع المناقشات هي إمتداد لبرامج الحوار حيث يلعب المحاور دوراً أكثر إيجابية فهويعرض الأفكار التي تحفز المتناقشين على التمعن في الموضوع بشرط أن يقوم بذلك مذيع محنك، والسمة الأساسية لبرامج المناقشات هي وجود الصراع ويتولد هذا الصراع نتيجة الإختلاف في الآراء .[1]

- **برامج التليفون :**

يكاد يكون هذا الشكل البرامجي من خصوصيات الراديو ولكننا نجد بعض المحطات التليفزيونية قد إقتبست هذا الشكل من الراديو.

- **برامج المائدة المستديرة :**

ويقوم هذا الشكل من البرامج في جوهره على مناقشة جدلية بين عدد محود من الأشخاص (من ٣ – ٥ أشخاص) حول موضوع معين فالمشتركون يتحدثون ويستمعون إلى آراء بعضهم البعض ويعدلون آرائهم وملاحظاتهم وفقاً للحقائق والآراء التي يعرضها كل منهم فتكون المناقشة حية فعالة .

- **البرامج الجماهيرية :**

وهي تقوم على إشراك المشاهدين في البرنامج وذلك من خلال تواجد مجموعة منهم داخل الإستديوأو إشتراكهم من المنازل في الإجابة على الأسئلة أو المداخلات والتعقيبات على المناقشات الدائرة بين الضيوف .

---

(١) – حسن عماد مكاوى . **الأخبار الإذاعية والتليفزيونية**، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٢١٦

- **برامج تتخذ شكل محاكمة :**

وهي شكل من أشكال البرامج التلفزيونية يعتمد على شكل المحكمة العادية بما فيها من قضاه ومستشارين ومحامين وشهود إثبات وشهود نفى ومدع عام ... ويعتمد هذا الشكل من البرامج التليفزيونية على الديكور بحيث تهيأ أرض الإستديولتكون في شكل المحكمة بمقاعد الجمهور ومنصة القضاه وقفص الإتهام ومكان ترافع المحامين وما إلى ذلك .(١)

ويشمل البرنامج الحوارى كل مجالات الحياة تقريباً، من " السياسة والإقتصاد، إلى العلوم والفنون والآداب، إلى السير الذاتية والشخصية " و يقوم ببعض مهام الاتصال المعروفة من إعلام وتثقيف وترويج ... إلخ، والعناصر الأساسية التي يتكون منها البرنامج الحوارى هي : هدف البرنامج، الشخصية التي تجرى معها الحوار، المذيع أو مقدم البرنامج، موضوع الحوار، صياغة أسئلة الحوار . (٢)

ثالثًا : خصائص البرامج الحوارية :

يشترط في البرامج الحوارية أن تتميز بالخصائص الآتية :

- المصداقية وتعد المصداقية قيمة أساسية تجعل الحوار بموضوعاته وأساليبه ووسائل تقديمه موضع ثقة من الجماهير .
- الإثارة والجاذبية وتعد هذه الميزة من الخصائص التي تجذب المشاهدين إلى الوسيلة، لأنها تجعل من الحوار أفضل برنامج ترفيهى وتثقيفى في آن واحد .
- الأهمية حيث إن الأهمية تفعل من الحوار وتحقق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية,وبخاصة إذا ما تعلق موضوع المقابلة بإهتمامات الجماهير ومصالحهم وإحتياجاتهم الضرورية بصورة مباشرة أو غير مباشرة. (٣)

---

(١) – طارق سيد أحمد الخليفى . **فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية**، الطبعة الأولى ،(القاهرة : دار المعرفة الجامعية ، ٢٠٠٥) ص١٤٤

(٢) – أميرة الحسينى . **مرجع سابق**، ص١١٤

(٣) – مصطفى حميد كاظم الطائى . **مرجع سابق** ، ص٢٨٢

رابعًا: إعداد برامج الحوار :

إن الإعداد الجيد لبرامج الحوار هوشرط أساسى لنجاحها، فعلى كاتب أو معد برامج الحوار أن يكون على دراية وخبرة واسعة بإمكانات التلفزيون وخصائصه وعلى قدر من الثقافة والمعرفة تمكنه من الإعداد الجيد للحوار أياً كان نوعه سواء من حيث إنتقاء الموضوع أو إختيار الضيوف أو نوعية الأسئلة والقضايا التي ستطرح عليهم .(١)

وتأكد من أن المصدر لديه معلومات مباشرة، إذا كنت تجمع معلومات عن قصة تتطلب رأى خبير، أي يجب عليك أن تتأكد من أنه يوجد مصدر واحد هوالمناسب، فالجراح الرئيسى لعملية زرع الرئة هومصدر أفضل بكثير من معلومات الطبيب الذي ساعد خلال العملية .(٢) ويجب تطبيق بعض المعايير بل وحتى بعض القواعد الأساية لصياغة البرنامج في جميع أنواع الحوارات بغض النظر عن نوعها :

١- تحديد الهدف أو الغرض من إجراء الحوار .

٢- تحديد نوع الحوار وطريقة إجرائه .

٣- تحديد شخصية الضيف .

٤- إعداد نبذة عن سيرة حياة الضيف وماضيه وبشكل خاص ما له علاقة بالحوار المعنى أو موضوع الحوار .

٥- تحديد موقع الحوار : في منزل الضيف أو الإستديوأم في موقع بعض الأحداث مثل حفل إفتتاح فيلم جديد أو حفل لمنح الجوائز أو إجتماع سياسى أو محكمة الأحوال الشخصية .(٣)

خامسًا : صياغة الأسئلة :

بعض النصائح عند إعداد الأسئلة :

- التفكير في المشاهدين عند إعداد الأسئلة .

---

(١) - طارق سيد أحمد الخليفى . **مرجع سابق** ، ص١٤٦

(٢)- Jan Johnson Yopp، Katherince C . McAdams، Ryan M . Thornburg . **Reaching Audiences A Guide to Media Writing**، fifth edition، (United States of America : pearson, ٢٠١٠), P ٢٤٦.

(٣) - روبرت هيلارد، ترجمة مؤيد حسن فوزى . **مرجع سابق** ، ص٢٦٩

- إعداد ما لا يقل عن ٢٠ سؤالاً على الأقل مقدماً .
- إبدأ الأسئلة بمن، ماذا، متى وأين ولماذا وكيف .
- يمكنك أن تكسر الجليد المحيط بالموقف وتتحدث مع ضيفك قليلاً قبل أن تلقى عليه بأسئلتك .
- إصغى إلى إجابات ضيفك ودون بعض الملاحظات الجيدة .
- إجمع الكثير من المعلومات أكثر مما تعتقد أنك سوف تحتاج .
- كن على علم بالسيرة الذاتية للشخص الذي سوف تتحدث معه .
- إترك الأسئلة الصعبة إلى نهاية الحوار .(١)

ويتجنب المحاور السلبيات التالية أثناء تنفيذ الحوار :عدم منح الإهتمام الكافى للضيف، الأسئلة الطويلة المركبة أو الغامضة، فقد الاتصال بالنظر مع المتحاور معه لفترات طويلة، السماح للضيف بقراءة الأسئلة مقدماً، النظر إلى الساعة لمراقبة الوقت لأن ذلك يثير قلق الضيف، عدم توجيه أسئلة للمتابعة إذا كانت الإجابة غير كافية، الأسئلة المغلقة، الأسئلة الإيحائية، الأسئلة البعيدة عن خبرات المتحاور معه، المقدمة الطويلة وكثرة الإستهلال، التخلص من الألفاظ أو الإشارات التي لاداعى لها والتي يقوم بها المحاور أحياناً دون وعى، عدم مقاطعةالضيف إلا إذا خرج عن موضوع الحوار أو إنتهى الوقت المخصص له على الهواء .(٢)

سادسًا: تنفيذ برامج الحوار :

تأتى مرحلة تنفيذ البرنامج أو إنتاجه بعد مرحلة الإعداد، فبعد تحديد الموضوع، والهدف منه، والإحاطة بالأفكار والقضايا المرتبطة به، وصياغة الأسئلة ومحاور النقاش، وإختيار الضيوف، لا يبقى إلا إخراج كل ذلك إلى حيز التنفيذ أي أن يتم إنتاج البرنامج في التلفزيون .

---

(١) - James Glen Stovall . **Writing For The Mass Media**، seventh edition، (United States of America : pearson, ٢٠٠٩), P ٨٦

(٢) - حسن عماد مكاوى،عادل عبد الغفار فرج .**مستقبل الإذاعة فى عصر البث الفضائى**،الطبعة الاولى،(تونس : إتحاد إذاعات الدول العربية،٢٠٠٦)

وتحتاج عملية تنفيذ برامج الحوار وإنتاجها إلى تضافر كل الجهود سواء تلك التي تسبق التنفيذ من تخطيط للبرنامج وتحديد خطوطه العامة وموضوعاته ومدى دوريته (يومى – أسبوعى – شهرى) وإعداد له، أو تالك التي تحدث أثناء التنفيذ وعند دخول الإستديوبهدف تنفيذ هذا التخطيط العام . حتى يكون المنتج النهائى مقبولاً من جانب الجمهور الذي يتلقاه محققاً للأهداف التي أنتج من أجلها. (١)

سابعًا : عوامل نجاح البرامج الحوارية :

١- طرافة الموضوع وأهميته : ولعل برامج الحوار التي لا يتوافر بداخلها هذا الشرط الأساسى تصبح منذ البداية عديمة النفع بالنسبة للمشاهد التليفزيونى بصفة عامة .. وعلى إختلاف الفئة التي ينتمى إليها هذا المشاهد .

فالأحداث خاصة في العصر الحديث أصبحا أحداثاً متتابعة ومتغيرة ومتنوعة .. يقع إذا على عاتق المعد أن يختار من بين تلك الموضوعات الهامة، ويضاف إلى ذلك طرافة الموضوع، أي تميزه بعناصر إضافية تهم الجمهور المشاهد من حيث القوالب الفنية والفكرية .

٢- شخصية المحاور أو الكاتب أو المعد التلفزيونى :

- واسع الإطلاع والثقافة
- متعدد المصادر للحصول على المعلومات
- أن يكون ملماً بتلك الشخصيات اللامعة والمرموقة والمتخصصة في المجالات المتعددة من حيث قدراتها وإمكانياتها الفكرية والذهنية والثقافية والفنية .
- يجب أن يتمتع المعد والكاتب (والمذيع) التنليفزيونى لهذا النوع من البرامج بلباقة وقدرات في الحديث مرتفعة .
- أن يعد الأسئلة المرتبطة بموضوع الحوار إعداداً جيداً

(١) – طارق سيد احمد الخليفى . **مرجع سابق**, ص١٤٩

٣- القوالب الفنية والفكرية، إن البرامج الحوارية قد تستغرق مدة طويلة تصل إلى الساعة، وقد يصاب المشاهد والضيف أيضًا بالإرهاق والملل، فيلجأ المعد في العديد من المواقف حَتى يتجنب هذه الحالة، إلى إدخال مادة وقوالب فنية وفكرية في البرامج الحوارية .

٤- نوع الحوار، ويرتبط نوع الحوار كمحرك أساسى للبرامج الحوارية، بطبيعة الشخصية المتحاورة أو ضيف البرنامج ... وهناك عدة أنواع للحوار، وكلها أنواع تفرض قالباً وإيقاعاً فنياً وفكرياً خاصاً في البرنامج الحوارى .[1]

ثامنًا : أشهر البرامج الحوارية العربية :

١- برنامج القاهرة اليوم:

يعتبر برنامج القاهرة اليوم من أشهر البرامج التلفزيونية الحوارية علي الهواء في مصر والعالم العربي لأنه يتمتع بنسبة مشاهدة عالية رغم أن عرضة يتم من خلال قناة مشفرة – اليوم – ضمن شبكة قنوات خاصة " أو ربت" ويقوم بتقديم البرنامج بشكل رئيسي الإعلامي عمروأديب وبمشاركة أحمد موسي – صحفي بالأهرام – وعزت أبوعوف – فنان – ورجاء الجداوي – فنانة – ومحمد شردي – نائب بالبرلمان المصري – وحمدي رزق – رئيس تحرير جريدة المصور – وأخرين ويرأس تحريره الإعلامى / طارق يونس.يقوم البرنامج بمتابعة شاملة لأخر الأخبار الهامة والأحداث اليومية في مختلف المجالات سواء سياسية، اقتصادية، فنية أو إجتماعية. وأيضا يهتم بآخر مانشر بالصحف اليومية والأسبوعية وأهم الأخبار المتناولة في الصحافة من خلال فقرة مخصصة للصحافة يقوم علي تقديمها الصحفي ورئيس تحرير جريدة المصور أ/ حمدي رزق.

تم عرض الحلقة الأولي من البرنامج في عام ٢٠٠٠ م وتحديداً في يوم ٢٠٠٠/٥/٦ ويبث البرنامج في تمام العاشرة ونصف " حسب توقيت القاهرة"

---

(١) – نسمة أحمد البطريق . **مرجع سابق** ، ص ١٩٠

علي قناة اليوم التي هي جزء من شبكة قنوات الأو ربت الخاصة، **وحدث أن توقفت القناة عن البث وتم قطع إرسالها وبذلك توقف البرنامج عن البث أيضًا ولكن عادت قنوات شبكة الأو ربيت للظهور من جديد يوم ٢٠١١/٢/١٣ بعد إستقالة وزير الإعلام السابق أنس الفقى وتوقف دام خمسة شهور .**

٢- الحياة اليوم:

برنامج الحياة اليوم يقدمه الإعلامى شريف عامر ولبنى عسل وبرنامج الحياة اليوم من برامج التوك شوالذي يسير بنفس أسلوب برنامج ٩٠ دقيقة وبرنامج القاهرة اليوم وغيرهم من برامج التوك شو.

٣- على الهوا:

برنامج " على الهوا " من برامج التوك شوالتي تذاع على قناة أو ربيت الفضائية ويذاع على قناة اليوم التابعة لأو ربيت البرنامج يقدمة الإعلامى جمال عنايت وهومن الإعلاميين المصريين ولا يشاركة في تقديم البرنامج غيرة من الإعلاميين والبرنامج شعبيته محدودة وغير مميز .

٤-برنامج بلدنا:

برنامج بلدنا واحد من برامج التوك شوالجديدة والذي يعرض على قناة O tvالفضائية البرنامج يقدمة الصحفى خالد صلاح والاعلامية مى الشربينى يذاع البرنامج من الأحد للخميس .

٥- الحياة والناس:

برنامج الحياة والناس يذاع على قناة الحياة الفضائية وهوتقديم الإعلامية المرموقة والمعروفة رولا خرسا البرنامج يذاع من الأحد للخميس .

٦- بالمصرى الفصيح:

برنامج بالمصرى الفصيح من برامج التوك شوالجديدة وهويعرض على قناة On TV الفضائية البرنامج تقديم ريم ماجد ويذاع من الأحد للخميس الساعة الثامنة مساءاً .[١]

---

(١) - تم الإعتماد فى هذه الجزئية على مشاهدة الباحثة لهذه البرامج، ومراجع الإنترنت الخاصة بهذه الجزئية :

- **IN**: (١٧/١٠/٢٠١٠) http://www.**alqaheraalyoum**.net/main/alqahera

-IN: (١٢/٧/٢٠١٠) http://www.arbnews**.net/?p=٤٠٩**

تاسعًا : البرامج الحوارية عينة الدراسة :

١-مصر النهاردة :

كان يطلق عليه في البداية البيت بيتك ولقد إنطلقت أولى حلقاته ٢٠٠٤/١٠/١٥ وتناوب على البيت بيتك مذيعون من بينهم : نبيل الشوباشى، إنجي أنور، هند رشاد، شافكى المنيرى، أميرة عبد العظيم، شيرين الشايب، جاسمين طه زكى، شريف عبد الرحمن، مريم أمين، ياسمين عبد الله، نيرفانا إدريس، معتز الدمرداش، إيمان الحصرى، أسامة منير، وهناك العديد من المذيعين والإعلاميين والرياضيين الذين قدموا فقرات أسبوعية أو خاصة مثل طارق حبيب –فقرة فنية أسبوعية في عام ٢٠٠٥، أسامة منير– فقرة الشباب الأسبوعية يوم الأثنين، حسين الأمام – فقرة "حلّى مع حسين" في رمضان ٢٠٠٥، رزان مغربى – فقرة " رزان وعباس " في رمضان ٢٠٠٦، عباس أبوالحسن – فقرة "رزان وعباس" في رمضان ٢٠٠٦، حازم أمام – فقرة الرياضة الأسبوعية يوم الأثنين في ٢٠٠٥ – ٢٠٠٦، هاني رمزي – تغطية كأس العالم في ٢٠٠٦، مصطفى عبده – تغطية كأس الأمم الأفريقية في ٢٠٠٦، أحمد شوبير – الكرة في بيتك في ٢٠٠٧،تغير اسم البرنامج وأصبح مصر النهاردة نظراً لتغيير الجهة المنتجة للبرنامج، وهوبرنامج حوارى، يذاع على القناة الثانية والفضائية المصرية ستة أيام إسبوعياً من السبت وحتى الخميس لمدة ساعتين يومياً من العاشرة وحتى منتصف الليل.

كان يقوم بتقديم البرنامج الإعلامى محمود سعد يومى السبت والأربعاء ولكنه فسخ عقده نهائياً مع شركة " صوت القاهرة " للإعلانات، وكان وراء قراره الإنسحاب من البرنامج، الإعتراض على فرض عمروالخياطرئيس تحرير البرنامج، الفريق أحمد شفيقرئيس الوزراءضيفاً على حلقة ٢٠١١/٢/٢٦، وهناك مصدر آخر يشير إلى أن وراء قرار إنسحاب محمود سعد من البرنامج تخفيض راتبه، وهوما عرفه " سعد " قبل الحلقة مباشرة، وهوما قد يكون سبباً في إستقالته من البرنامج، ويقوم بتقديم البرنامج الآن بعد تخلى محمود سعد عنه، تامر أمين وخيرى رمضان بالتناوب .

يتناول البرنامج على مدار الأسبوع قضايا المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والرياضية من خلال فقرات ثابتة إسبوعياً وأخرى تتناول الأحداث اليومية والجارية محلياً وعربياً ودولياً، وتقديمخدمات إخبارية متميزة من خلال التقارير والتحقيقات المصورة من القاهرة والمحافظات المختلفة.

وفي إطار مفهوم التواصل مع المشاهدين تأسس على الإنتر نت موقع (مصر النهاردة) والذي يبث عليه مباشرة الحلقات في وقت بثها على الهواء ويتمكن المشاهدين من متابعة الحلقات مباشرة عبر شبكة الإنترنت.

ويقود فريق العمل المشرف العام على البرنامجالمخرج / أحمد طه، والمشرف العام على التحريرالكاتب الصحفى/ حازم منير، والمنتج الفنى /عماد ربيع، ورئيس التحرير.. الإعلامى / عمرو عبد الحميد ومخرج(مصر النهاردة) عماد الغول).

أهداف البرنامج :

- التعبير المباشر عن الناس من خلال مشاركتهم في طرح مشاكلهم وقضاياهم وإهتماماتهم وطموحاتهم .
- التوازن والتنوع في تناول قضايا الرأى العام .
- المبادرة بعرض قضايا مجتمعية وأفكار جديدة على الرأى العام وإثراءها بعرض وجهات النظر المختلفة في شأنها .
- متابعة وتغطية الأحداث الجارية في سياق خبرى .
- إتاحة الفرصة لمختلف فئات المجتمع في التفاعل مع الأحداث والقضايا العامة والمبادراتالمطروحة .
- منح فرصة أكبر للتعبير عن الشباب وتفاعلهم مع قضاياهم وإهتماماتهم.
- التنوع بما يتيح الوصول إلى والتعبير عن أكبر شريحة من المشاهدين المصريين داخل وخارج الوطن [١]

---

(١) - http://www.masrelnahrda.net/about.php IN: (٢٠/٧/٢٠١٠) ٠٨:٢٤pm ومتابعة الباحثة للبرنامج

٢- العاشرة مساءاً :

بدأ برنامج (العاشرة مساءاً) في يونيو٢٠٠٥كأحد البرامج الحوارية الخاصة متعددة الفقرات،يعرض على قناة دريم ٢ يومياً ما عدا يومى الخميس والجمعة ويتناول العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية بالإضافة إلى وجود مقدمة إخبارية يومية تتناول الأحداث اليومية في الشارع المصرى .[١]

تقدم البرنامج منى الشاذلى بالإضافة إلى فقرة خاصة بالطب يقدمها د/ خالد منتصر ويذاع في تمام الساعة العاشرة .

٣- ٩٠ دقيقة :

هوأحد البرامج الحوارية متعددة الفقرات، يعرض على قناة المحور يومياً ما عدا يومى الخميس والجمعة، ويتناول العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية بالإضافة إلى وجود مقدمة إخبارية يومية تتناول الأحداث اليومية في الشارع المصرى .

يقدم البرنامج معتز الدمرداش وريهام السهلى ويذاع الساعة التاسعة والنصف ويستمر مدة ساعتين وأحياناً يزيد.

** ** **

---

(١) - ريهام سامى حسين يوسف . **مرجع سابق**، ص٦١

الفصل الثانـي

المَراهقين وعلاقتـهم بالقنوات الفضائيـة

أولاً : العوامل المحددة لشكل المراهقة .

ثانياً: خصائص مرحلة المراهقة .

ثالثاً : مظاهر النموفى مرحلة المراهقة .

- النموالجسمى .
- النموالعقلى .
- النموالاجتماعي .
- النموالإنفعالى .

رابعاً : أسباب مشكلات المراهق الإنفعالية .

خامساً : حاجات المراهقين .

سادساً : أبرز المشكلات والتحديات السلوكية في حياة المراهق .

سابعاً : الفضائيات العربية والمراهقين .

** ** **

مقدمة

مرحلة المراهقة هي مرحلة إنتقال بين الطفولة والنضج، بين الاعتماد على العائلة وعدم المسئولية الاجتماعية إلى الاعتماد على النفس وتحمل المسئولية الاجتماعية، كما تعود أهميتها إلى أنها تمثل مرحلة مهمة من مراحل التعليم فهى تمتد من نهاية المرحلة الإعدادية وحتى أبواب الجامعة(١) .

فالمراهقة فترة يمر بها الفرد في حياته وتلى مرحلة الطفولة و بدايتها يمكن تحديدها بأحد مظاهر التغير نحوالنضج فيها وهوالبلوغ، ويقسم العلماء مرحلة المراهقة إلى فترات ويختلف العلماء في تحديد هذه الفترات سواء من ناحية عددها أو من ناحية بدايتها ونهايتها الزمنية . ويمكننا تقسيم مرحلةالمراهقةإلى ثلاث فترات لكل فترة ما يقابلها من العمر الزمنى وهذه الفترات(المراحل) كما يلى :

مرحلة المراهقة المبكرة سن ١٢ – ١٣ – ١٤ وتقابل المرحلة الإعدادية أو المتوسطة .

مرحلة المراهقة الوسطى سن ١٥ – ١٦ – ١٧ وتقابل المرحلة الثانوية .

مرحلة المراهقة المتأخرة سن ١٨ – ١٩ – ٢٠ – ٢١ وتقابل مرحلة التعليم العالى .(٢)

أولاً : العوامل المحددة لشكل المراهقة :

مرحلةالمراهقة مرحلة حرجة في حياة الفرد، ومن بين ما يظهر مرحلة المراهقة بهذه الصورة ما يلى :

١– **الصراعات النفسية** : التي قد يتعرض لها المراهق، ومنها :

- الصراع بين السعى لأن يكبر ويتحمل المسئولية، وأن يظل طفلاً ينعم بالأمن (الصراع بين مطالب الرشد وبواقى الطفولة) .

---

(١) – محمود عطية . **ضغوط المراهقين والشباب وكيفية مواجهتها**، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة الأنجلوالمصرية، ٢٠١٠) ص٩

(٢) – مصطفى محمد عبد العزيز . **سيكولوجية فنون المراهق**، الطبعة الخامسة (القاهرة : مكتبة الانجلوالمصرية، ٢٠٠٩) ص٢٨

- الصراع بين السعى للإستقلال، والحاجة إلى المساندة والدعم والاعتماد على الآخرين خاصة الوالدين والأسرة .
- الصراع بين السعى للحرية الشخصية وتحقيق الذات، والضغوط الاجتماعية المتمثلة في المعايير والقيم الاجتماعية .
- الصراع بين ضبط الأنا الأعلى (الداخلى)، والمثيرات والضغوط (الخارجية)
- الصراع بين تحقيق الدوافع وإشباعات الحاجات، ومطالب الواقع الخارجى وضرورة التواف الاجتماعي .
- الصراع بين الضغوط الجنسية، والضغوط الدينية والقيمية .

٢- **الإختيارت والقرارات** : فعلى المراهق القيام بالإختيارات وإتخاذ القرارات الحيوية التي تحدد مستقبل حياته . ومن هذه الإختيارت والقرارات ما يتعلق بالتعليم (مستواه ونوعه ومداه) ومها ما يتعلق بالمهنة (نوعها والإعداد لها والدخول فيها والتوافق معها) ومنها ما يتعلق بالزواج (الزواج أو الإضراب عن الزواج) . وقد تسبب الصراعات تردد المراهق ونقص قدرته على اتخاذ القرارات .

٣- **المشكلات** : التي قد تتخلل مرحلة المراهقة، سواء المشكلات النفسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو النفسية .

٤- **ظاهرة البطالة** : ويقصد بها البطالة الاقتصادية والاعتماد على الآخرين . ويقصد بها أيضًا البطالة الجنسية، فالمراهق مؤهل جنسياً إلا أنه غير مسموح له أن يمارس الجنس إلا في الحلال شرعاً وبعد أن يستطيع الباءة، وهذا لا يتأتى إلا بعد فترة قد تطول .

٥- **الخلط لدى الكبار** : بخصوص مفاهيم مثل السلطة والحرية والنظام والطاعة والدمقراطية ... إلخ وإختلاف وجهات النظر بين الكبار وبين المراهقين بخصوص هذه المفاهيم .[١]

---

(١) - حامد عبد السلام زهران . **علم نفس النموالطفولة والمراهقة**، الطبعة الخامسة (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠١) ص٣٢٧

ثانياً: خصائص مرحلة المراهقة :

من أهم خصائص مرحلة المراهقة ما يلى :

- النموالواضح المستمر نحوالنضج في كافة مظاهر وجوانب الشخصية .
- التقدم نحوالنضج الجسمى (أقصى طول) .
- التقدم نحوالنضج الجنسى .
- التقدم نحوالنضج العقلى حيث يتم تحقق الفرد واقعياً من قدراته وذلك من خلال الخبرات والمواقف والفرص التي يتوافر فيها الكثير من المحكات التي تظهر قدراته وتعرفه حدودها، فقد نجح وفشل وقيم نفسه وقيمه الآخرون ... وهكذا .
- التقدم نحوالنضج الإنفعالى والإستقلال الإنفعالى .
- التقدم نحوالنضج الاجتماعي والتطبع الاجتماعي وإكتساب المعايير السلوكية الاجتماعية والإستقلال الاجتماعي وتحمل المسئوليات وتكوين علاقات اجتماعية جديدة والقيام بالإختيارت وإتخاذ القرارات فيما يتعلق بالتعليم والمهنة والزواج .
- تحمل مسئولية توجيه الذات وذلك بتعرف المراهق على قدراته وإمكاناته، وتمكنه من التفكير وإتخاذالقرارات بنفسه لنفسه .
- اتخاذ فلسفة في الحياة ومواجهة نفسه والحياة في الحاضر والتخطيط للمستقبل .[١]

ثالثاً: مظاهر النموفى مرحلة المراهقة :

النمو الجسمى :

إن طفرة النموالجسمى الذي يبدأ مع البلوغ الجنسى ويستمر بمعدل متناقض التسارع في المراهقة المبكرة يقل تدريجياً في طور السعى – المراهقة المتأخرة – ويساعد هذا البطءفي إحداث التكامل بين مختلف الوظائف العضلية، ويطرأ على النموفى الطول والوزن في هذا الطور إستقرار واضح فالزيادة في كل منهما ضئيلة جداً .

---

(١) – حامد عبد السلام زهران . **مرجع سابق**، ص ٣٢٤

ويكون البنون أطول من البنات وأثقل وزناً منهم أيضًا ويستمر الحال كذلك فيما بعد، ويتضح التحسن في صحة المراهق، وتعتبر مرحة المراهقة المتأخرة فترة قمة الصحة والشباب، ويتم النضج الجسمى في نهاية هذه المرحلة، ويتم الوصول إلى التوازن الغددى ويكتمل نضج الخصائص الجنسية الثانوية عند الجميع ويتم التكامل بين الوظائف الفسيولوجية والنفسية في شخصية متكاملة، ويقرب النشاط الحركى إلى الإستقرار والرزانة والتآزر التام وتزداد المهارات الحسية الحركية بصفة عامة (١).

والفتيات يحدث لها النموالجسدى في سن مبكرة قليلاً عن الأولاد، أما بالنسبة للنضج العاطفى فهذه مسألة أخرى، إذ أن النضج العاطفى ينموبعد النموالفيزيائى وهوأقل إرتباطاً بالتغيرات الفيزيائية، فالأمر يعتمد على الخبرات الشخصية أكثر من الاعتماد على التغيرات الفيزيائية .(٢)

النمو العقلى :

يبلغ التركيب الذهنى أقصى درجة من درجات الإتزان في نهاية هذه المرحلة، ويتم الوصول إلى تفكير الراشدين، ويصل فيها الذكاء إلى قمته، إذ تشهد مرحلة المراهقة الطفرة النهائية في النموالعقلى، كما يتطور البناء العقلى في تلك المرحلة تطوراً كبيراً، وتتطور طريقة التفكير لدى المراهق مع الميل كثيراًإلى إستخدام المنطق والمفاهيم والعلاقات المجردة وقوانين التفكير المنهجى، مما يشجعه على تبادل الأحاديث، ومناقشته كافة القضايا المطروحة والقدرة على التفكير بالمستقبل، وهوما يشكل منظوراً خاصاً لعلاقة المراهق بالقضايا المثارة عبر وسائل الإعلام التكنولوجية، حيث لا يتركها تعرض أمامه هكذا دون أن يقف عندها مفكراً محاولاً التعرف على كافة أبعادها وأسبابها وآثارها ونتائجها المحتملة في المستقبل، بل ويتجه للتعرف على وجهة نظر المحيطين حيالها كى

---

(١) – رباب صلاح السيد إبراهيم . " الثقافة الأدبية التى تقدمها بعض الصحف المصرية ومدى إهتمام المراهقين بها "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٨) ص٦٢

(٢)- William S.Myers . **Adolescence: A Time of change**. ٣rd edition . ٢٠١٠ . William Gladden Press . P٢٦

يقف على مفهوم ثابت بخصوصها . وهنا نستطيع أن نتخيل طبيعة ذلك المفهوم بإختلاف الوسيلة المستخدمة وظروف التعرض لكل شخص، والخلفية الثقافية والفكرية بل والتنشئة الاجتماعية التي تشكل فكر المراهق الخاص . حيث يسير النموالعقلى في تلك المرحلة من البسيط إلى المعقد، فتظهر قدرة الفرد على التعلم وإكتساب المهارات وفي القدرة على التكيف مع المواقف الجديدة أو مع المشكلات التي تواجه الفرد فضلاً عن ممارسة العمليات العليا كالتفكير والتذكر والتخيل وإدراك العلاقات [١].

النمو الاجتماعي :

يتميز النموالاجتماعي في المراهقة بمظاهر تختص بالتآلف مع الآخرين أو النفور والإبتعاد عنهم :

التآلف : يميل المراهق للجنس الآخر، ويثق بنفسه ويحاول تأكيد ذاته وتتسع دائرة التفاعل الاجتماعي للمراهق تبعاً لتتابع مراحل نموه وللجماعات المختلفة التي ينتمى إليها حتى يدرك حقوقه وواجباته ويتخفف من أنانيته، ويقترب بسلوكه من معايير الجماعة ويتعاون معهم في نشاطه ومظاهر حياته الاجتماعية .

النفور : وفيها يحاول المراهق إقامة حدود وحواجز بينه وبين بعض الأفراد والجماعات التي ينتمى ويتفاعل معها، وليقيم لنفسه إطاراً ذاتياً يميز شخصيته عن غيره [٢].

ونجد المراهق ينزع إلى التخلص من الضغوط التي طالما خضع لها في مرحلة الطفولة والمتمثلة في سلطة الأبوين، والمجتمع، والأنظمة الأخلاقية السائدة، فيصبح نافراً من إشتراك الوالدين في أموره ومساعدتهما له، ويتخذ منهما موقف اللامبالاة والإنتقاد . [٣]

---

(١) – فادى جرجس سلامة . **مرجع سابق**، ص ٣٠

(٢) – زينب محمود شقير . **كيف نربى أبنائنا ؟ الجنين – الطفل – المراهق**، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ٢٠٠٠) ص ٢٣٦

(٣) – John، C & Leab، H .**The Nature of Adolescence**، Third Edition (New York : Rouut leddge، ١٩٩٩) P . ١٤٣

النمو الإنفعالى :

إن مرحلة المراهقة عنيفة من الناحية الإنفعالية ومن أهم خصائص النموالإنفعالى ما يلى :

الحساسية الشديدة، سرعة الإنفعال وشدته، التناقض الوجدانى، القابلية الشديدة للإيحاء، صراع الأجيال، التمركز حول الذات .

ومن أهم العوامل المؤثرة فيه :

التغيرات الجسمية الداخلية والخارجية، العمليات والقدرات العقلية، عدم توفر الإمكانيات المالية للمراهق وعجزه عن سد مطالب نفسه وطموحه، المؤثرات الثقافية والحضارية .(١)

رابعاً: أسباب مشكلات المراهق الإنفعالية :

- عدم قدرة المراهق على التكيف مع بيئته التي يعيش فيها ممثلة في البيئة الخارجية (الأسرة والمدرسة والمجتمع) .
- العجز المالى للمراهق الذي يقف عقبة في سبيل تحقيق رغباته .
- ضيق المراهق أو المراهقة بسبب ما يشعر به من عدم الثقة، نتيجة تواجده في بعض المواقف الاجتماعيةالتي يضطرإلى الإشتراك فيها مع الجنس الآخر وشعوره بعدم الإنسجام مما يؤدى إلى إرتباكه .
- شعور المراهق بطلب الأسرة منه تحمل بعض المسئوليات التي لا تتفق وقدراته ومستوى نموه والاعتماد على نفسه .
- تمرد المراهق على السلطة العائلية والسلطة المدرسية بسبب القيود التي تفرضها لكلا منهما، وتحول بينه وبين تطلعه إلى التحرروالإستقلال وثورته على النصائح الموجهة إليه .

---

(١) – عبد السلام محمد عزيز عبد السلام . " إتجاهات المراهقين نحوقضايا الطفولة فى الصحف الحزبية والمستقلة "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦) ص ٧٥

- الفطام النفسى للمراهقين : وهوالعملية التي يتم بها إنتقال الصبى أو الفتاة من المرحلة التي يعتمد فيها على أسرته على المرحلة التي يعتمد فيها على نفسه، لتكوين علاقات إجتماعية معينة .[(١)]

خامساً: حاجات المراهقين :

الحاجة إلى الأمن : وتتضمن : الحاجة إلى الأمن الجسمي والصحة الجسمية، الحاجة إلى الشعور بالأمن الداخلى، الحاجة إلى البقاء حياً، الحاجة إلى تجنب الخطر والألم، الحاجة إلى الإسترخاء والراحة، الحاجة إلى الشفاء عند المرض أو الجرح، الحاجة إلى الحياة الأسرية الآمنة المستقرة السعيدة، الحاجةإلى الحماية ضد الحرمان من إشباع الداوفع، والحاجة إلى المساعدة في حل المشكلات الشخصية .

الحاجة إلى الحب والقبول : وتتضمن : الحاجة إلى الحب والمحبة، الحاجة إلى القبول والتقبل الاجتماعي، الحاجة إلى الأصدقاء، الحاجة إلى الإنتماء إلى الجماعات، الحاجة إلى الشعبية، والحاجة إلى إسعاد الآخرين .

الحاجة إلى مكانة الذات : وتتضمن : الحاجة إلى الإنتماء إلى جماعة الرفاق (الشلة)، الحاجة إلى المركز والقيمة الاجتماعية، الحاجة إلى الشعور بالعدالة في المعاملة، الحاجة إلى الإعتراف من الآخرين، الحاجة إلى التقبل من الآخرين، الحاجة إلى النجاح الاجتماعي، الحاجة إلى الإقتناء والإمتلاك، الحاجة إلى أن يكون قائداً، الحاجة إلى إتباع قائد، الحاجة إلى أن يحمى الآخرين، الحاجة إلى تقليد الآخرين، الحاجة إلى المساواة مع رفاق السن والزملاء في المظهر والملابس والمصروف والمكانة الاجتماعية، الحاجة إلى تجنب اللوم، والحاجة إلى المعاملة العادلة .

الحاجة إلى الإشباع الجنسى : ويتضمن : الحاجة إلى التربية الجنسية، الحاجة إلى إهتمام الجنس الآخر وحبه، الحاجة إلى التخلص من التوتر، الحاجة إلى التوافق الجنسى .

---

(١) - عصام نور سرية . **سيكولوجية المراهقة**، الطبعة الأولى (القاهرة : مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤) ص ٢١

الحاجة إلى النموالعقلى والإبتكار : ويتضمن : الحاجة إلى التفكير وتوسيع قاعدة الفكر والسلوك، الحاجة إلى تحصيل الحقائق، الحاجة إلى تفسير الحقائق، الحاجة إلى التنظيم، الحاجة إلى الخبرات الجديدة والتنوع، الحاجة إلى إشباع الذات عن طريق العمل، الحاجة إلى النجاح والتقدم الدراسى، الحاجة إلى التعبير عن الفس، الحاجة إلى المطابقة، الحاجة إلى السعى وراء الإثارة، الحاجة إلى المعلومات ونموالقدرات، والحاجة إلى التوجيه والإرشاد العلاجى والتربوى والمهنى والأسرى والزواجى .

الحاجة إلى تحقيق وتأكيد وتحسين الذات : ويتضمن : الحاجة إلى النمو, الحاجة إلى أن يصبح سوياً وعادياً، الحاجة إلى التغلب على العوائق والمعوقات، الحاجة إلى العمل نحوهدف، الحاجة إلى معارضته للآخرين، الحاجة إلى معرفة الذات، الحاجة إلى توجيه الذات .[١]

سادساً: أبرز المشكلات والتحديات السلوكية في حياة المراهق:

١- **الصراع الداخلي** : حيث يعاني المراهق من جود عدة صراعات داخلية، ومنها : صراع بين الإستقلال عن الأسرة والاعتماد عليها، وصراع بين مخلفات الطفولة ومتطلبات الرجولة والأنوثة، وصراع بين طموحات المراهق الزائدة وبين تقصيره الواضح في إلتزاماته، وصراع بين غرائزه الداخلية وبين التقاليد الاجتماعية، والصراع الديني بين ما تعلمه من شعائر ومبادئ ومسلمات وهو صغير وبين تفكيره الناقد الجديد وفلسفته الخاصة للحياة، وصراعه الثقافي بين جيله الذي يعيش فيه بما له من آراء وأفكار والجيل السابق .

٢- **الإغتراب والتمرد** : فالمراهق يشكومن أن والديه لا يفهمانه، ولذلك يحاول الإنسلاخ عن مواقف وثوابت ورغبات الوالدين كوسيلة لتأكيد وإثبات تفرده وتمايزه، وهذا يستلزم معارضة سلطة الأهل ؛ لأنه يعد أي سلطة فوقية أو أي توجيه إنما هوإستخفاف لا يطاق بقدراته العقلية التي أصبحت موازية جوهرياً لقدرات الراشد، وإستهانة بالروح النقدية المتيقظة لديه، والتي تدفعه إلى تمحيص الأمور كافة، وفقا لمقاييس المنطق، وبالتالي تظهر لديه سلوكيات التمرد والمكابرة والعناد والتعصب والعدوانية .

---

(١) - حامد عبد السلام زهران . **مرجع سابق**، ص ٤٣٦

٣- **الخجل والإنطواء** : فالتدليل الزائد والقسوة الزائدة يؤديان إلى شعور المراهق بالاعتماد على الآخرين في حل مشكلاته، لكن طبيعة المرحلة تتطلب منه أن يستقل عن الأسرة ويعتمَد على نفسه، فتزداد حدة الصراع لديه، ويلجأ إلى الإنسحاب من العالم الإجتماعي والإنطواء والخجل .

٤- **السلوك المزعج** : والذي يسببه رغبة المراهق في تحقيق مقاصده الخاصة دون إعتبار للمصلحة العامة، وبالتالي قد يصرخ، يشتم، يسرق، يركل الصغار ويتصارع مع الكبار، يتلف الممتلكات، يجادل في أمور تافهة، يتورط في المشاكل، يخرق حق الإستئذان، ولا يهتم بمشاعر غيره .

٥- **العصبية وحدة الطباع** : فالمراهق يتصرف من خلال عصبيته وعناده، يريد أن يحقق مطالبه بالقوة والعنف الزائد، ويكون متوتراً بشكل يسبب إزعاجاً كبيراً للمحيطين به .

وتجدر الإشارة إلى أن كثيراً من الدراسات العلمية تشير إلى وجود علاقة قوية بين وظيفة الهرمونات الجنسية والتفاعل العاطفي عند المراهقين، بمعنى أن المستويات الهرمونية المرتفعة خلال هذه المرحلة تؤدي إلى تفاعلات مزاجية كبيرة على شكل غضب وإثارة وحدة طبع عند الذكور، وغضب وإكتئاب عند الإناث.(١)

سابعاً: الفضائيات العربية والمراهقين :

إن نظرة فاحصة إلى فضائياتنا العربية ومدى الحيز الذي تحتله قضايا الشباب فيها يصيبنا بخيبة أمل .

فنظرة هذه المحطات لقضايا الشباب نظرة إستهلاكية وسطحية لا تتصور قضايا الشباب – في أغلب طروحاتها – خارج الموسيقى والرقص والفن والرياضة وما شابه ذلك، وبرامج تلفزيون الواقع تشهد بذلك، وليس " ستار أكاديمى " وحده يغرد ناشداً في هذا المضمار وإنما هي حلقة في سلسلة يمكن أن تكون مفردة أي لا نهاية لها تتعامل مع الشباب وعقولهم وتنظر إليهم تلك النظرة الإستهلاكية ... بينما الحقيقة أن للشباب قضايا حقيقية غائبة عن إهتمامات تلك الفضائيات .

---

(١)- http://www.**annabaa**.org/nbanews/٦٧/٢٥٩.htm **IN**: (٥/١١/٢٠١٠)

ففى الوقت الذي تصر فيه هذه الفضائيات على تسفيه عقول الشباب بما تقدمه لهم من برامج تافهة، أثبت كثير منَ الشباب نضجه وأنه على درجة كبيرة من الوعى المعرفى والثقافى وأنه على درجة عالية من النضج والمسؤولية . تكاد تجمع الآراء على تجاهل الفضائيات للقضايا الأساسية للشباب والتضخم الذي يؤدى إلى تأخير سن الزواج في الوقت الذي يعرض أمامه مغريات الحياةويطالب في الوقت ذاته بالصبر أمامها والبعد عنها وعدم الوصول إليها [1].

وإجمالاً يمكن تقسيم مضامين الإعلام الموجه للشباب إلى قسمين أساسيين، هما : برامج رياضية وبرامج غير رياضية، وتركز البرامج الرياضية في الغالب على نقل المباريات الرياضية وفي مقدمتها مباريات كرة القدم المحلية والدولية، ونادراً ما تقدم هذه المضامين ثقافة رياضية حقيقية، أو تهتم بالثقافة الصحية والبدنية للشباب أما البرامج غير الرياضية فيمكن تقسيمها إلى الفئات التالية :

١- برامج تتجاهل عن عمد القضايا والمشكلات الملحة للشباب العربى، وتدور حول موضوعات تافهة، مثل : تدنى مستوى الأغنية العربية، وأو ضاع كرة القدم المحلية، وحوارات مع الممثلين والراقصات، وتقديمهم بإعتبارهم قدوة للشباب .

٢- برامج التسلية والترفيه ويغلب عليها أغانى الفيديوكليب الهابطة في كلماتها وألحانها، وأصوات مؤدونها، والتي تعرض بأسلوب الإستثارة الجنسية الرخيصة، إلى جانب العروض السينمائية المتدنية في مستواها، وكل هذه المضامين تشير إلى الإسفاف والإنحطاط الأخلاقى وإنعدام الذوق والإبداع، الذي أصبح مرادفاً لإعلام وثقافة الشباب .[2]

والمشكلة هي أن المراهقين غالباً لا يستطيعون التمييز بين ما هوجيد وما هوسيئ فيما يعرض عليهم، والآثار السلبية للفضائيات بالنسبة للمراهقين تتمثل

---

(١) – فاطمة حسين عواد . **الإعلام الفضائى**، الطبعة الاولى،(عمان : دار أسامة، ٢٠١٠) ص١٠٠

(٢) – راسم محمد الجمال . **مرجع سابق** ، ص١٥٦

في : العنف والجنس والشتائم والصور النمطية والقصص الغير واقعية، كما أن العنف التلفزيونى أصبح أكثر من اللازم مما يؤدى إلى زيادة السلوك العداونى لدى المراهقين، ومن الآثار السلبية أيضًا كثرة الإعلانات التلفزيونية والتي تروج لمنتجات ضارة مثل الكحول والتبغ مع عدم الأخذ في الإعتبار رغبة المراهق في تجربة كل ما هوجديد ومختلف، كما أن زيادة التعرض للقنوات الفضائية بشكل خاص والتلفزيون بشكل عام يؤدى إلى البدانة التي أصبحت في إزدياد سريع ومطرد في فئة المراهقين والتي بدروها يمكن أن تسهم في مشاكل صحية وخطيرة مثل مرض السكرى .(١)

وخطورة بث هذه القنوات الفضائية أيضًا يأتى من كونه لا يأتى مكشوفاً مباشراً، بل يأتى مقنعاً ويتسلل بهدوء داخل عقول شبابنا، ليعيد ترتيب القيم والأفكار داخل عقولهم طبقاً للمنظور الذي يقدمه بث هذه القنوات، والقنوات الفضائية بإرسالها المتنوع، وبرامجها المبهرة المليئة بالإثارة والتشويق تسهل عملية تخيل عالم بعيد عن الواقع، فهى تنقل المراهق من الحياة الواقعية إلى الحياة الخيالية، وهوما يعبر عنه باسم إيجاد فرصته للتخيل أو الخيال، ومع حالة السلبية التي تسيطر على المراهق أثناء مشاهدته لهذه القنوات، تبدأ عمليات من التفكير الداخلى، والنشاط العقلى الخاص به تنشط بداخله، وتستمر هذه الصور الذهنية لهذا العالم الرمزى غير الحقيقى الذي تقدمه له القنوات الفضائية في السيطرة عليه، لينتهى به الأمر إلى تصديق هذا العالم التليفزيونى بكل ما فيه من قيم وأفكار، وتبدأ فكرة رفض منظومة القيم التي غرستها فيه الأسرة والمدرسة ودور العبادة، وكل مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع من قبل، لتحل محلها منظومة قيم جديدة مستمدة من مضامين هذه القنوات الفضائية، ويفاجأ المجتمع بجيل رافض لقيمه، ومعتقداته ومتبن لقيم ومعتقدات جـديـدة مختلفة هي وليدة عالم الفضائيات(٢).

---

(١) -Margeret Spellings . **Helping your child through early adolescence**, (USA : office of intergovernmental and interagency affairs, August ٢٠٠٢)P ٣٠

(٢) – أميرة محمد إبراهيم النمر . **مرجع سابق**، ص١١٠

الفصل الثالث

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

أولاً : نشأة النظرية .

ثانيًا : مفهوم النظرية .

ثالثًا : ركائز الاعتماد على وسائل الإعلام .

رابعًا : الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي .

خامسًا : علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي .

سادسًا : علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسى .

سابعًا : الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام .

ثامنًا : آثار الاعتماد على وسائل الإعلام .

تاسعًا : أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

عاشرًا : فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

حادى عشر : أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام .

ثانى عشر : المتغيرات الوسيطة المؤثرة في علاقة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .

ثالث عشر : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

رابع عشر : تكامل النظرية .

خامس عشر : مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

سادس عشر : الإنتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

** ** **

تمهيد:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام" نظرية بيئية", والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع بإعتباره تركيباً عضوياً, وهي تبحث في كيفية ترابط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات . والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الإحتماعية الأخرى . وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.(١)

وكما يوحى إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقدتكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزاءها مثل : الصحف – المجلات – الراديو– التليفزيون – السينما .(٢)

***

أولاً : نشأة النظرية :

لقد ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينات الميلادية من القرن الماضى، وذلك عندما ملأ كل من دى فلور وساندرا بول روكيش الفراغ الذي خلفه نموذج الإستخدامات والإشباعات، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقى وأسباب إستعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث إقترحا علاقة إندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية .

---

(١) – حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد . **الإتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة الخامسة، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، أكتوبر ٢٠٠٤) ص ٣١٤.

(٢) Stanley J . Baran . **Mass Communication Media Literacy and Culture**، sixth edition،(New York : McGraw Hill، ٢٠١٠) p . ٣٦٩

ثانيًا : مفهوم النظرية :

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهوالاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة إعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، والمعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها . (١)

ثالثًا : ركائز الاعتماد على وسائل الإعلام :

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على الأهداف من جهة، والمصادر من جهة أخرى .والواقع أن جانباً مما يعنى أن تعيش في مجتمع، هوأنه من أجل أن يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات الكبرى أهدافها الشخصية والجماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو نظم أخرى، والعكس بالعكس . ويعتبر نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات، يجب على الآخرين أن يحصلوا عليها من أجل بلوغ أهدافهم .(٢)

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أمور هي :

(أ) جمع المعلومات : بمعنى جمع المعلومات من مصادرها أو أماكن حدوثها، ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية .

(ب) تنسيق المعلومات : فإذا إستقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات، وتكون في بعض الأحيان مستقبلة من أكثر من مصدر، مثل المراسلين، وكالات الأنباء، الإنترنت، تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية .

---

(١) – حازم الحمدانى . **الإعلام الحربى والعسكرى**، الطبعة الاولى، (الاردن : دار أسامة، ٢٠١٠) ص٣٦

(٢) – ملفين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيش ، كمال عبد الرؤوف . **نظريات وسائل الإعلام**, الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٩٣) ص ٤١٤

(ج) نشر المعلومات، وتوزيعها بصورة جماهيرية : وهذا هوالسبب المهم في جمع المعلومات, وذلك لخدمة هدف المؤسسة، وهوالتأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليهَ من المؤسسة الإعلامية .[1]

ويستخدم مؤسسا النظرية مصطلح " المعلومات " للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن " الأخبار " شئ يتعلق بالمعلومات، في حين أن " التسلية " ليست كذلك، هي فروق مضللة، حيث إن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

١- أنه يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم، أو العوالم الكبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة، ولتوجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين . وقصر فكرة المعلومات على " الأخبار " فقط سوف يوحى بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعانى التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها، أو على تطبيعهم للمجتمع .

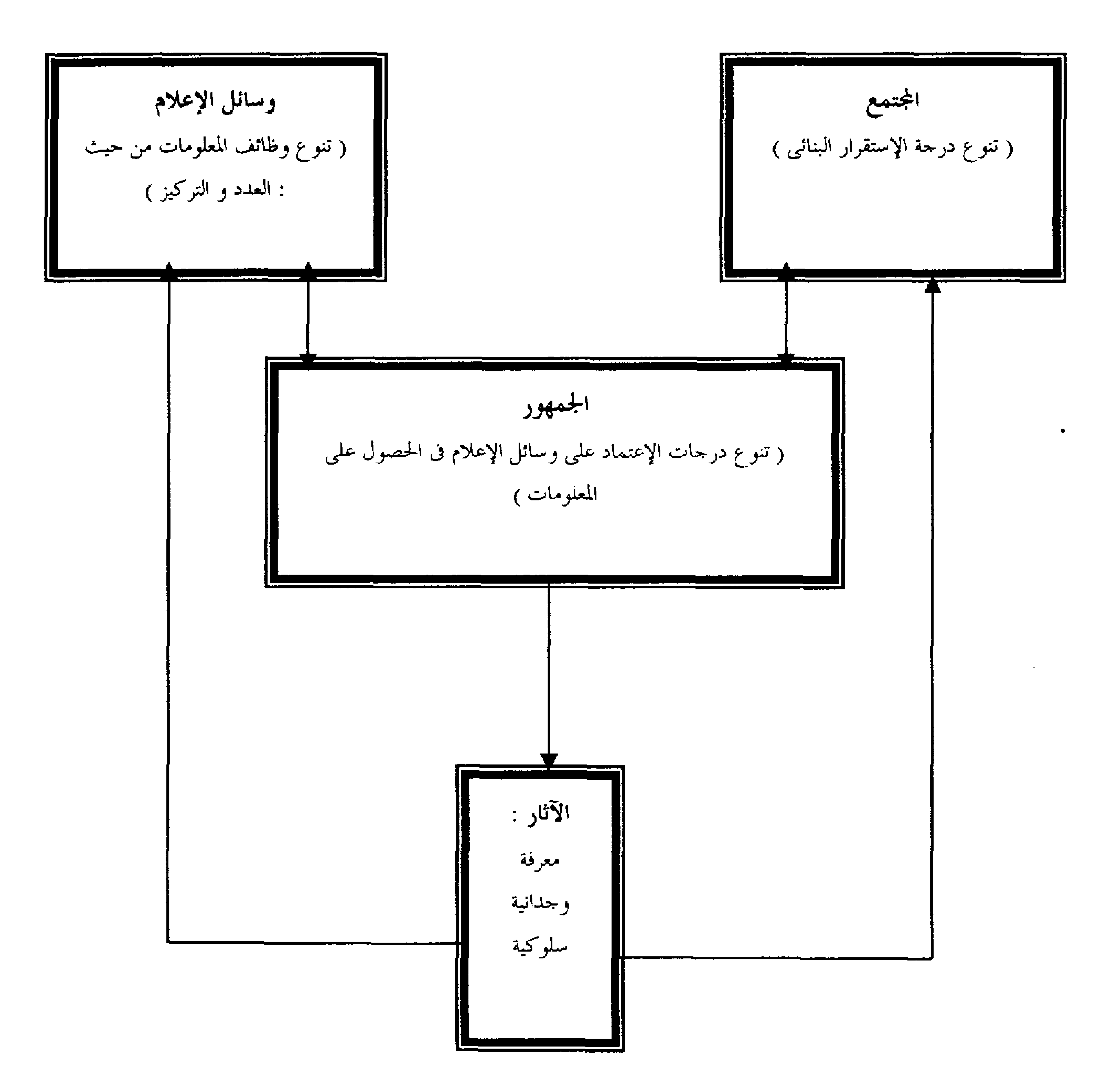
٢- عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات، فإننا نقلل دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية، رغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك، فإن اللعب بصفة عامة، يعامل بشكل خاطئ وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية . ومع ذلك، فإن التسلية تصبح امراً جاداً في كثير من الجوانب الهامة، فهى على سبيل المثال شئ جاد في تنمية الطفل (مثلاً : إكتساب اللغة، وتكوين الهوية) وفي شكل الطقوس، والمسابقات، والإحتفالات التي تسهم في التضامن الاجتماعي . ولهذه الأسباب، فإنه يفضل المفهوم الأو سع للمعلومات، الذي يعتبر أن كل الرسائل لها إمكانية التأثير على الكيفية التي يفكر ويشعر ويتصرف بها الناس .[2]

---

(١) – سناء الجبور . **الإعلام والرأى العام " العربى والعالمى "**، الطبعة الأولى،(عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص ١٤٧

(٢) – ملفين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيتش . **مرجع سابق**، ص٤١٥

ويقترح " ديفلير " و" ساندرا بول روكيتش " النموذج التالي للتعبير عن الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور



العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

رابعاً :الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام و النظام الاجتماعي :

وعند الحديث عن تأثير وسائل الإعلام لابد من وضع ثلاث علاقات في الإعتبار :

أولاً : النظام الاجتماعي .

ثانيًا : دور وسائل الإعلام في هذا النظام .

ثالثًا : علاقة الجمهور بوسائل الإعلام .

فإستخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد، وطريقة التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما يتم تعلمه من المجتمع في الماضى،وبما يحدث في

اللحظة التي تستقبل فيها الرسالة . (١)

رابعًا :الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي :

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والجماعات والمنظمات والتظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم . وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات إتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضًا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون .

فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصى بشكل وحيد أو أساسى، لكى يصل إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسيةوالاقتصادية لكى تؤدى وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة .

---

(١) – سامى محسن ختاتنة، أحمد عبد اللطيف أبوسعد . **علم النفس الإعلامى**، الطبعة الأولى (الأردن : دار المسيرة، ٢٠١٠) ص٩٧

ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً، فهى أيضًا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكى تمارس عملها بكفاءة أيضًا . ويمكن وصف ذلك بمفهوم " الاعتماد المتبادل "، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضاً .

خامسًا :علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي :

١) ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الحرة الرأسمالية .

٢) تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع والمستهلك أو المشترى، لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة، وتحفيزه على الشراء أو إستخدام الخدمة .

٣) التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بين الإدارة والإتحادات، أو الصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديداً للمؤسسات الاقتصادية .

وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي لتحقيق الأهداف التالية :

١- الربح من عائد الإعلانات .

٢- التطوير التكنولوجى لتقليل النفقات والتنافس بفعالية من خلال إمتلاك منتجات أكثر تقدماً .

٣- التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى، ويتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك والتمويل، والتعامل مع التجارة الخارجية .

وهكذا نلاحظ الاعتماد المتبادل بين النظام الاقتصادي ووسائل الإعلام، حيث يعتمد كل منهما على موارد الآخر لتحقيق أهدافه في الحياة والتنافس والرخاء.(١)

سادسًا : علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسى :

تستطيع النظم السياسية أن تؤثر في الإعلام من خلال عدة آليات يمكن إختصارهافي النقاط الآتية : التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامى،

١- حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد. **مرجع سابق**، ص٣١٧

آليات المتابعة على آداء وسائل الإعلام، إصدار تراخيص الصحف الجديدة، قواعد النشر في موضوعات وقضايا معينة، حجب المعلومات عن وسائل الإعلام في أو قات معينة، الدعم المالى المقدم لوسائل الإعلام، إختيار القيادات الإعلامية، تقدير الإعلاميين على المستوى المعنوى والأدبى، توفير تكنولوجيا الاتصال اللازمة لدعم العمل الإعلامى، توفير البنية الفنية اللازمة لدعم العمل الإعلامى، مشاركة كبار الإعلاميين والكتاب في دوائر صنع القرار، فرص الإحتكاك بالخبرات الأجنبية في مجال الإعلام، مناخ الحرية الذي تتمتع به وسائل الإعلام في معالجة قضايا المجتمع .

كما يؤثر الإعلام في النظم السياسية من خلال عدد من الآليات يمكن إختصار أهمها في النقاط الآتية :

- التنشئة السياسية للمواطنين من خلال تعريف الجمهور بحقوقه وواجباته السياسية كما كفلها الدستور والقانون من خلال المضامين الإعلامية المختلفة .
- التعبئة السياسية للمواطنين ولاسيما في الظروف التي تستدعى مساندة التوجهات السياسية الرسمية في إدارة الأزمات المحلية والإقليمية والدولية المختلفة .
- تعد وسائل الإعلام بمثابة قنوات اتصالية فعالة ذات إتجاهين (هابط – صاعد) بين النخبة الحاكمة والرأى العام، حيث تعكس تصورات نخبة الحكم لمجريات الحياة على المستوى المحلى والإقليمى والدولى للرأى العام، كما تعكس في الوقت ذاته إتجاهات الرأى العام بشأن معالجة النظام السياسى للقضايا المختلفة .
- تسهم وسائل الإعلام في ترتيب أولويات أجندة قضايا العمل الوطنى من خلال إدراكها لإحتياجات ورغبات المواطنين، وكذلك إدراكها لتوجهات النظام السياسى خلال مراحل زمنية مختلفة .
- إمداد المواطنين بالمعلومات والمعارف حول المستجدات على الساحة السياسية المحلية والإقليمية، والتعبير عن وجهة نظر النظام السايسى تجاه هذه الأحداث والتطورات، والتعليق عليها، وإبداء الرأى بشأنها .

- تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال إتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن الأحداث الجارية، ومتابعة الآداء الحكومى، وإبداء ملاحظات حول بعض الممارسات السياسية، وتصحيح المسار الديمقراطى، وتقديم بدائل حلول للموضوعات السياسية والاقتصادية المختلفة، والدفاع عن حرية الرأى والتعبير، والتعبير عن الفئات المهمشة، والدفاع عن حقوق الإنسان المختلفة، والإستمرار في تقييم آداء السلطات الثلاث الأساسية بالدولة . إضافة إلى إعطاء الأحزاب الفرصة الأساسية للتعبير عن نفسها من خلال الصحف الحزبية .(١)

ومن جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع مثل العائلة / المؤسسات الدينية / التعليمية / العسكرية .. وغيرها على وسائل الإعلام وما تقدمه من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى . بنفس المستوى الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام على هذه المؤسسات أو النظم في كثير من مجالات عملها وبصفة خاصة المعرفة المتخصصة التي تقوم بنشرها أو إذاعتها .

وفي نفس الوقت فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية إستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها . وإن تبعية الأفراد لوسائل الإعلام وإعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى .

فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر لتحقيق أهدافه كمواطن من حقه أن يعلم، ويتخذ قراره السياسى بالتصويت، أن يتعلم المستحدثات في المجالات المختلفة، أن يرفه عن نفسه، أن يتفاعل مع المشكلات الاقتصادية ويتخذ قراراته الإستهلاكية ... وغيرها من الأهداف .

وبطريقة أخرى نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل

---

(١) - عادل عبد الغفار . **الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة**، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٩) ص١١٨

الإعلامية لأنه يجب أن يؤخذ في الإعتبار علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى.وهذا يحدد من جانب آخر ما ينشر وما لا ينشر.وهذا ما يفسر القول بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعيةالأخرىتشكل طبيعة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .(١)

سابعًا : الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام :

وتتمثل الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال إعتمادهم على وسائل الإعلام في الآتي :

١- **الفهم** : مثل : معرفة الذات من خلال التعليم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها .

٢- **التوجيه** : ويشتمل على توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع، وأيضاً توجيه تفاعلى تبادلى للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة .

٣- **التسلية** : وتشتمل على التسلية مثل :الإسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية .(٢)

ورغم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مساعدة الأفراد لتحقيق أهدافهم إلا أنها لا تعد الوسيلة الوحيدة في سبيل تحقيق تلك الأهداف فهناك المؤسسات التربوية والاجتماعية والدينية المختلفة، وهناك أيضًا جماعة الرفاق، وكلها وسائل مساعدة إلى جانب وسائل الإعلام المختلفة تساهم في تحقيق الفرد لأهدافه .(٣)

---

(١) – محمد عبد الحميد . **نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير**، الطبعة الثانية, (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص٢٠٤

(٢) – محمد منير حجاب . **نظريات الإتصال**، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص٣٠١

(٣) – منال عبده محمد منصور . " دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة فى تثقيف المراهقين دينياً ". **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧) ص٨٦

ولكن تكمن قوة وسائل الإعلام في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد إتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام . (١)

إن نظرية الاعتماد الفردى على وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد من إحتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة في وسائل الإعلام . ويقدم " ديفلير " و" روكيتش " هذه العملية من خلال الآتي :

الخطوة الأولى:

تشير هذه الخطوة إلى أن الجمهور النشط الذي يستخدم وسائل الإعلام سيقوم بإختيار مضمون معين في وسيلة معينة وفقاً لإعتماد موجود من قبل ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية، وتعتمد التوقعات على :

- تجارب وخبرات سابقة .
- تحادث مع أصدقاء أو زملاء في العمل .
- إشارات يحصل عليها من مصادر الإعلام .

أما الأفراد الذين لا يقومون بعملية الإنتقاء، فأمامهم بديلان إما أن تستثار دوافعهم ليتم التعرض أو أن يخرجوا نهائياً من هذه العملية.(٢)

الخطوة الثانية:

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام ، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث إهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة، وتتوقف شدة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فروق في:

---

(١) – حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد . **مرجع سابق**، ص٣٢١

(٢) – رغدة محمد عيسى . " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل فى المجتمع المصرى ودورها فى تشكيل إتجاهات الجمهور نحوها "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٩)

الأهداف الشخصية، الوضع الشخصي والاجتماعي، التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية، سهولة الوصول إلى المحتويات . [١]

والمتغيرات في أهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم . وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض، أو التهديد مثلاً، فإن إعتماد الأفراد على نظام وسائل الإعلام يجب أن تكون قوية تماماً، إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل غموضها، وتقليل تهديدها الحقيقى أو المحتمل، فمثلاً الأشخاص الذين يكونون هم أنفسهم أو أحباؤهم مصابين بمرض خطير، كثيراً ما ينشئون علاقات إعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل التمكن من الوصول إلى معلومات مناسبة قد تسهم في عثورهم على أفضل خدمات طبية ومساعدة، فهم على سبيل المثال يجب أن يستيجيبوا بصورة خاصة لمعلومات صحية مناسبة تقدم في البرامج وما إلى ذلك .

ولابد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين، قصة أو نوع آخر من محتويات وسائل الإعلام . فالشخص الذي يختار بنشاط، من الواضح أن لديه توفعات أعلى من المراقب العارض، وسوف يختلف كذلك النشطون في الإختيار وفقاً لواقع : هل أدت تجاربهم السابقة مع وسائل الإعلام إلى توقعهم أن يحقق التعرض أهدافهم، وربما تلقى آخرون تلميحات من أصدقائهم أو من إعلانات وسائل الإعلام تؤثر في توقعاتهم . وبطبيعة الحال, فإنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة، زادت قوة إعتمادهم . وأخيراً, فإن بعض وسائل الإعلام المتاحة على نطاق واسع ليست متاحة بصورة متساوية للجميع، وتشمل هذه وسائل الإعلام الغالية الثمن، والتي تكون إمكانية الوصول إليها محدودة، مثل تلك التي لا تنقل إلا في الدائرة التليفزيونية المغلقة، أولاً تنقل على نطاق البلاد بأسرها، وعندما يكون إعتماد الأشخاص على برنامج تلفزيونى – مثلاً – منخفضاً أو منعدماً، فإننا سوف نتوفع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل التلفزيون . ومن ثم، فإنه لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرنامج (إيجاباً أو سلباً).

---

(١) – محمد السيد عليوة . **مرجع سابق**، ص ٧٤

الخطوة الثالثة:

يعتبر الاشتراك مفهوماً أساسياً . فالسياسى الذي يقول"أحبونى أو إكرهونى، ولكن لا تتجاهلونى" إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور. والإشتراك في المفهوم الحالى لعملية التأثيرات، يشير إلى أكثر من مجرد الإثارة .إنه يشير إلى المشاركة النشيطة في تنسيق المعلومات فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعومات بعد التعرض، والمشاركة الشديدة إعتبار مهم بصفة خاصة في حملات وسائل الإعلام للصحة العامة الناجحة التي تستهدف جعل الجمهور يغير معتقداته أو سلوكه، كالإقلاع عن التدخين، أو بدء التمرينات الرياضية، أو إجراء عمليات فحوص طبية.

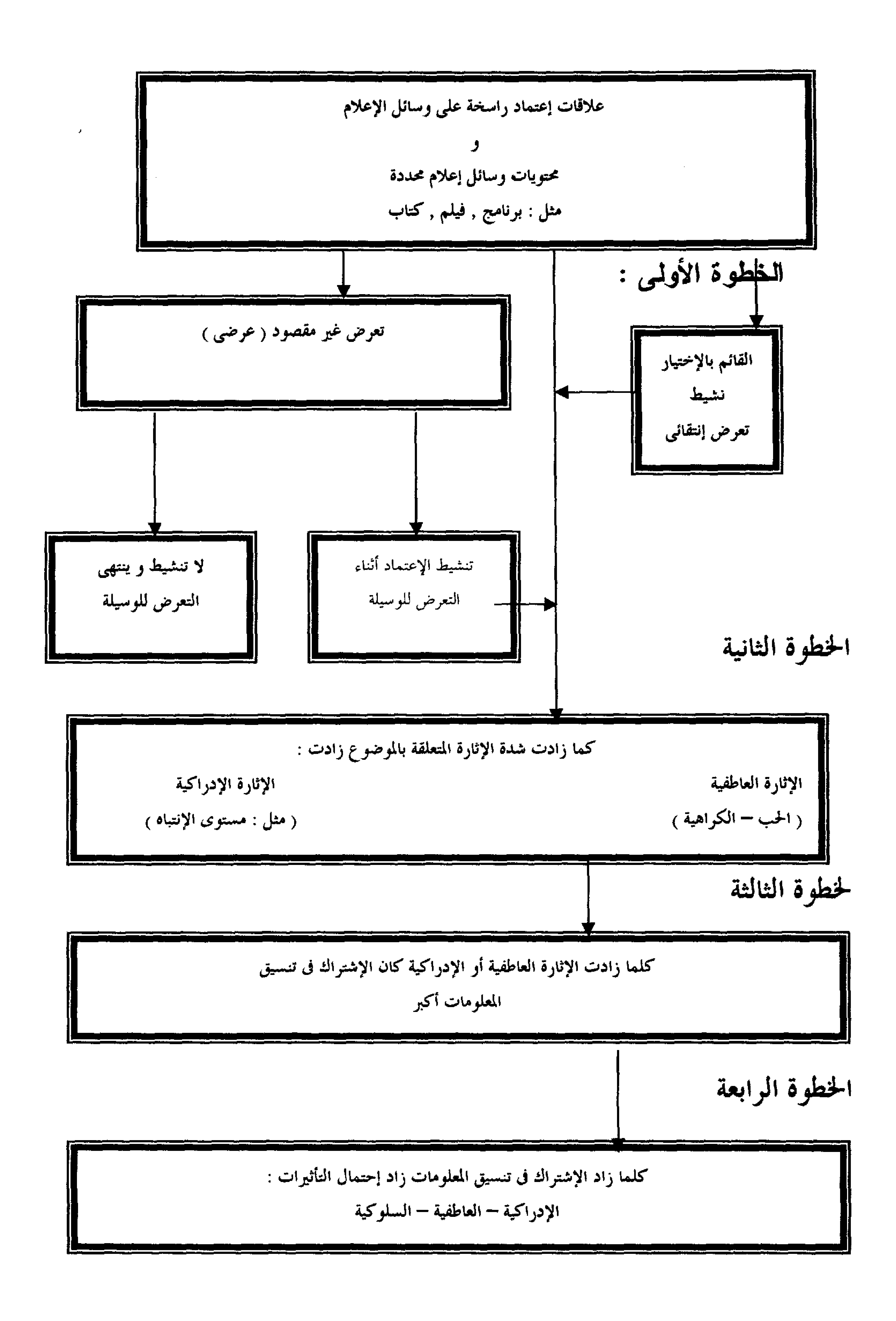
الخطوة الرابعة :

الأفراد الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر إحتمالاً بالتأثير بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية، أو الآثار على الإدرك الحسى، والمواقف، والمعرفة، أو القيم .أما التأثيرات العاطفية، مثل مشاعر الخوف أو السعادة أو الإحساس أو الكراهية، فإنها تحظى بإهتمام أقل كثيراً . والواقع أنه من الصعب معرفة كيف يمكن فصل الأبعاد الإدراكية والعاطفية، فأغلب تغييرات المواقف، على سبيل المثال، تحمل معها بعض التغيير في حب أو كراهية شئ أو موقف ما . والصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً .(١)

والنموذج التالي يلخص إفتراضات الاعتماد على وسائل الإعلام بشأن التعرض لمحتويات معينة، وآثار التعرض على معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد :

---

(١) – ملفين ل . ديفلر ، ساندرا بول روكيتش . **مرجع سابق**، ص٤٢٥


علاقات إعتماد راسخة على وسائل الإعلام
و
محتويات وسائل إعلام محددة
مثل : برنامج , فيلم , كتاب
الخطوة الأولى :
تعرض غير مقصود (عرضى)
القائم بالإختيار
نشيط
تعرض إنتقائى
لا تنشيط و ينتهى
التعرض للوسيلة
تنشيط الإعتماد أثناء
التعرض للوسيلة
الخطوة الثانية
كما زادت شدة الإثارة المتعلقة بالموضوع زادت :
الإثارة العاطفية
(الحب – الكراهية)
الإثارة الإدراكية
(مثل : مستوى الإنتباه)
لخطوة الثالثة
كلما زادت الإثارة العاطفية أو الإدراكية كان الإشتراك فى تنسيق
المعلومات أكبر
الخطوة الرابعة
كلما زاد الإشتراك فى تنسيق المعلومات زاد إحتمال التأثيرات :
الإدراكية – العاطفية – السلوكية

ثامنًا : آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

يشير صاحبا النظرية " ملفين دى فلور " و" ساندرا بول روكيتش " إلى الآثار المحتملة نتيجة إعتماد الفرد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي :

- الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية .

١-الآثار المعرفية :

تشتمل الآثار المعرفية وفقاً لهذه النظرية على خمس أمور هي :

أ- **كشف الغموض :**

فالغموض ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتيب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الحمهور وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه الحادثة .

ب- **تكوين الإتجاه :**

تكون وسائل الإعلام الإتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الإنتقائى للفرد في تكوين الإتجاه لديه، كما في مثل مشكلات البيئة والتربية .

ج- ترتيب الأولويات :

ولهذا الأثر نظرية مستقلة، حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا، وتخفى أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى .

د- إتساع الإهتمامات :

وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية، وذلك مثل الحرية في التعبير، وأمر المساواة .[١]

ه - القيم :

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة - الحرية - المساواة - التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم .[١]

---

(١) - محمد منير حجاب . **مرجع سابق**، ص٣٠٤

٢- الآثار الوجدانية:

يذكر "لفين دى فلور" و"ساندرا بول روكيتش" صاحبا النظرية أن المقصود بالآثار الوجدانية هوالمشاعر مثل :

أ – الفتور العاطفى:

فكثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدى بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفى, وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين, وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبلد .

ب- **الخوف والقلق:**

يفترض أن التعرض لمشاهد العنف تصيب الفرد المتلقى بالخوف، والقلق، والرعب من الوقوع في هذه الأعمال، أو أن يكون ضحية لها .

ج- الدعم المعنوى:

وذلك أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والإندماج في المجتمع، والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته، وإنتمائه فيشعر بشعور الغربة .

٣-الآثار السلوكية:

يحصر " دى فلور " و" ساندرا بول روكيتش " الآثار السلوكية المترتبة على إعتماد الفرد على وسائل الإعلام في أمرين :

أ- **التنشيط :**

ويعنى به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وهذا هوالمنتج النهائى لربط الآثار المعرفية بالوجدانية .

ب- الخمول :

ويعنى هذا العزوف عن العمل، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل .[٢]

تاسعًا : أهداف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

١. الهدف الرئيسى لنظرية الاعتماد، تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية مباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة . [١]

---

(١) – ليلى حسين السيد، حسن عماد مكاوى . **مرجع سابق**، ص ٣٢٧

(٢) – محمد منير حجاب . **مرجع سابق**، ص٣٠٥

٢. تتهدف النظرية إلى تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها، لتوضيح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام عموماً، وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً تستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد بأن معلومات النظام الإعلامى تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة . (٢)

٣. تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى قياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبأ لتأثيرات تلك الوسيلة، وذلك كبديل كيفي يرى أن التعرض لوسيلة ما أكثر إلتزاماً بالبيئة والعوامل المختلفة من الاعتماد على تلك الوسيلة .(٣)

عاشرًا : فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يمكن تلخيص الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد في الآتي :

١- تزداد إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الإستقرار الهيكلى في المجتمع بسبب الصراع والتغير .

٢- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي تقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كلما كان إعتماد الجمهور على تلك الوسيلة كبير، وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها هذه الوسيلة ومدى أهميتها كلما زاد إعتماد الجمهور عليها .

---

(١) – هانى إبراهيم البطل . **مرجع سابق**، ص٣١

(٢) William E . Loles & Sandra J.Rokeach. Dependency Rebellions and News paper Reader ship، **Journalism Quarterly**، vol .(٧٠) No.(٣)،١٩٩٣، P. ٦٠٣

(٣) August E . Grant، K . kenddl Guthrie & Sandra j . Ball Rokeach، Media System Dependency Perspective، **communication Research**، vol . (١٨)، No .(٦)، ١٩٩١, P. ٧٧٥

٣- يزداد إعتماد الجمهور على مصادر وسائل الإعلام في أو قات الصراع والتغير الاجتماعي، ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامَية النامية يزداد إعتماد الجمهور على مصادر معلومات وسائل الإعلام في أو قات زيادة عدم الإستقرار أو الصراع أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إرتباطاً إيجابياً بإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية .

٤- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقى المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصى مقيدة.[1].

***

حادى عشر :أبعاد الاعتماد على وسائل الإعلام:

أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تتحدد من خلال ثلاث علاقات هي "الدور والإتجاه والفهم" ولكل من هذه العلاقات أبعاد إجتماعية وشخصية مما يؤدى إلى ست أنواع من أبعاد إعتماد الفرد على وسائل الإعلام [2]، وهذه الأبعاد هي :

١. **الفهم الاجتماعي** : وهي توظيف وسائل الإعلام لفهم البيئة الاجتماعية وآلية عمل المجتمع ومؤسساته، وإستخدامها لفهم طبيعة الآخرين وثقافاتهم، والأحداث المحيطة بهم، فيبقى الفرد على قمة ما يحدث في المجتمع, كما يبقى على تماس بالأحداث العالمية .

٢. **الفهم الذاتى** : تتضمن إستغلال مصادر النظام الإعلامى لتحقيق أهداف تخص فهم الفرد عن نفسه، والمساعدة على تفسير معتقدات وسلوكيات خاصة بالرؤية الذاتية .

---

(١) – مرفت الطرابيشى، عبد العزيز السيد . **نظريات الإتصال**، الطبعة الأولى (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص١٤٢.

(٢) William E . Loles، Perceptions of Art and Media System Dependency Relations . **communication Research**، vol . (٢١)، No.(١)، ١٩٩٤, P. ٥

٣. **إتجاه الفعل** : وهوما يتعلق بإتخاذ قرارات سلوكية محددة،كأين يقضى الفرد خدماته، أوَ معرفة أين يمضى نشاط نهاية الأسبوع، أولمن يدلى بصوته في الانتخابات .
٤. **الإتجاه التفاعلى** : ويشير للحصول على إرشادات وطرق للتصرف والتفاعل مع الآخرين من أصدقاء ومعارف، كما يساعد على تخطى المواقف الصعبة .
٥. **الدور الاجتماعي** : ويشير إلى إستخدام وسائل الإعلام لمتابعة أو تحقيق أهداف مرتبطة بالخلق الاجتماعي، فيصبخ الفرد جزء من الأحداث والنشاطات الاجتماعية حتى لولم يشارك فيها .
٦. **الدور المنعزل** : يشمل إستهلاك المنتجات الإعلامية لتحقيق قيمة المتعة، فإستخدام الفرد لوسائل الإعلام بطريقة فردية تساعده على الإسترخاء وتخليصه من متاعب يوم شاق . (١)

ثانى عشر: المتغيرات الوسيطة المؤثرة في علاقة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام :

المتغيرات الوسيطة هي كل ما يؤثر على طبيعة هذه العلاقات . ويمكن تحديد أهم هذه المتغيرات في :

أ- المستوى التعليمى :

قيس هذا المتغير في دراسات الاعتماد للدلالة على المستوى المعرفى بالدرجة الأولى، ويرى "سيملير" أن أخبار التلفزيون تبدوبوضوح مصدر المعلومات الأكثر لمن مستواهم العلمي والثقافى أقل, بينما يعتمد الصفوة الثقافية على الصحف بدرجة أو ضح . كذلك أو ضح كندى أن الاعتماد على التلفزيون يرتبط بمستويات أقل من المعرفة، ومهمة هذه الأخبار تقديم الإنطباع بالمعرفة وليس المعرفة المتعمقة (٢).

---

(١)- stephani A. skumanich & David P. kintsfathere، Individual Media Dependency Relations within television shopping programming، **communication Research**، vol . (٢٥)، No .(٢)، ١٩٩٨, P. ٢٠٠.

(٢) – محمد محمد عبده بكير . **مرجع سابق**، ص١٢٤

ب – المستوى الاجتماعي الاقتصادي :

يعد المستوى الاجتماعي والاقتصادي من العوامل المهمة في تحديد علاقات الاعتماد، حيث أن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الأعلى إجتماعياً وإقتصادياً لديهم مستويات أعلى من المعرفة بالشئون العامة بالمقارنة بغيرهم من قطاعات الجمهور من ذوى المستوى الأقل إجتماعياً وإقتصادياً، وتزداد هذه الفروق عندما تتدفق المعلومات عن قضية ما من خلال وسائل الإعلام وعندما تصبح معظم هذه المعلومات ذات فائدة للمجتمع.(١)

ج– السن :

أكدت الدراسات أن الجمهور الناضج، والجمهور في مرحلة الكهولة المبكرة هم الأكثر إعتماداً على الصحف، بينما يعتبر بقية أعضاء الجمهور أكثر إعتماداً على وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، كذلك يؤثر العمر مثله مثل الدخل والتعليم على علاقات الاعتماد ذات الفهم الاجتماعي .

د– مستوى الإهتمام :

أو ضح " روبنسون " أن الجمهور الغافل أقل إعتماداً على وسائل الإعلام بينما يعتبر الجمهور المهتم جمهوراً نشطاً يبحث عن المعلومات لوجود دافع معرفى حول قضية أو مشكلة معينة، فعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشئون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامى الخاص عندمايرون أن إعتمادهم على وسيلة معينة يحقق لها إهتمامهم .

ه : الخبرات السابقة :

إعتبر غرير أن الخبرة متغير هامر, فإذا كانت الخبرة متوافقة مع صدق الأخبار فالاعتماد يزداد، والخبرة قد تكون مغنية عن الإستخدام المركز لأن المرء يبحث عن المعلومات التي تأخذ من خارج نطاق حياته أو أحداث محيطة.

---

(١) – إيمان السيد جمعة رمضان . " دور القنوات الفضائية الإخبارية فى إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)

و- الثقة:

تلعب الثقة بالمعلومات بكفاءة دوراً هاماً في زيادة مستوى الاعتماد على الوسيلة، خاصة حينما تكون الثقة بالمحتوى الإخبارى لهذه الوسيلة لا تتناقض مع إتجاهات ومعلومات الفرد .

ز- مستوى توقع الإستفادة من جراء الاعتماد على وسيلة محددة :

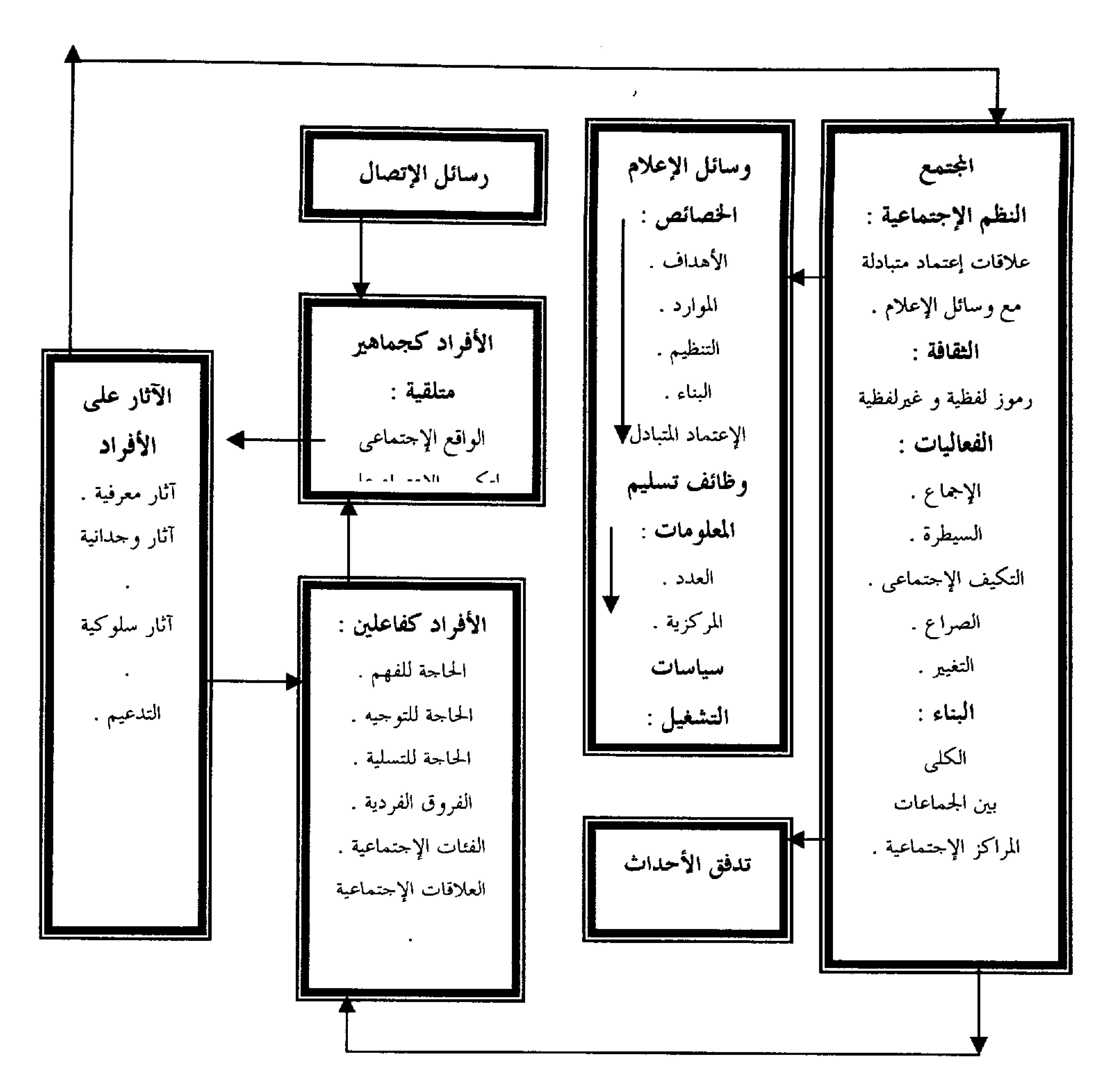
من العوامل المؤثرة على مستوى إعتماد الأفراد على وسيلة محددة مدى توقع الإستفادة من معلومات هذه الوسيلة,فكلما زاد التوقع الذاتى زاد مستوى الاعتماد الفردى . [(١)]

ثالث عشر : النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما تصوره واضعا النظرية " ملفين ديفلير " و" ساندرا بول روكيتش "

---

(١) - محمد محمد عبده بكير . **مرجع سابق**، ص١٢٤



يشير النموذج المتكامل الذي وضعه مؤسسا النظرية ملفين دى فلور وساندرا بول إلى آثار وسائل الإعلام على الأفراد نتيجة الاعتماد المتبادل بين : وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجماهير، ويشتمل النموذج على قائمة معقدة من العوامل والمتغيرات التي تؤدى إلى الآثار المحتملة لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص العلاقات التي يرمز لها النموذج على النحو التالي :

١. ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية التي يحكمها الوظيفة البنائية، وتحدث علاقات إعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام . ويتميز كل مجتمع بثقافة خاصة تعبر عن القيم والتقاليد والعادات وأنماط السلوك التي يتم نقلها عبر رموز لفظية وغير

لفظية . تحدث العمليات الديناميه لنشر الثقافة، وتشتمل هذه الفعاليات على قوى تدعوإلى ثبات الجتمع والحفاظ على إستقراره من خلال الإجماع، والسيطرة، والتكيف الاجتماعي .

وتوجد أيضًا في المجتمع قوى أخرى تدعوللصراع والتغيير . وتتم هذه العمليات على مستوى البناء الكلى للمجتمع، أو بين الجماعات، أو المراكز الاجتماعية المرتبة بشكل تصاعدى .. ويتضمن هذا البناء عناصر رسمية وغير رسمية .

٢. تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً، وهي التي تحدد خصائصوسائل الإعلام التي تتضمن : الأهداف، والموارد، والتنظيم، والبناء، والعلاقات المتبادلة . وتتحكم هذه الخصائص في وظائف تسليم المعلومات التي يتحكم فيها عدد الوسائل الإعلامية المتاحة، ودرجة مركزيتها، ويؤثر ذلك بالتالي على الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام أو ما يطلق عليها سياسات التشغيل .

٣. كذلك تؤثر عناصر الثقافة وبناء المجتمع على الأفراد، ويساهم ذلك في تشكيل الفروق الفردية ، والفئات الاجتماعية، والعلاقات الاجتماعية . ويعمل النظام الاجتماعي أيضًا على خلق حاجات للأفراد مثل : الحاجة إلى الفهم والتوجيه والتسلية .

٤. ويحدد الاعتماد المتبادل بين النظم الاجتماعية ونظم وسائل الإعلام كيفية تطوير الناس إعتمادهم على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية، مما يخلق التنوع في تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد .

٥. تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتنتقى وسائل الإعلام التركيز على بعض القضايا والموضوعات التي تشكل رسائل وسائل الإعلام المتاحةللجماهير .

٦. العنصر الرئيسى في هذا الإطار المتكامل هوالأفراد كأعضاء في الجمهور المتلقى لوسائل الإعلام، هؤلاء الأفراد لديهم بناء متكامل للواقع الاجتماعي تم تشكيله عبر التنشئة الاجتماعية والتعليم والإنتماء إلى جماعات

ديموغرافية، وعوامل التكيف الاجتماعي، والخبرة المباشرة، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لإستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة، وتتحكم علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى في تشكيل رسائل المعلومات للجماهير .

٧. حين يكون الواقع الاجتماعي محدداً ومفهوماً للأفراد، ويلبى حاجاتهم وتطلعاتهم قبل وأثناء إستقبال الرسائل الإعلامية، لن يكون لرسائل الإعلام تأثير يذكر سوى تدعيم المعتقدات والقيم وأنماط السلوم الموجودة بالفعل .

وعلى النقيض، حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقى يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي، وبالتالي يكون لهذه الوسائل تأثير أكبر على المعرفة والإتجاهات والسلوك . لذلك يجب الأخذ في الإعتبار درجة إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات كوسيلة للتنبؤ بآثار هذه الوسائل على الأفراد .

سادسًا : تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكى تؤثر في الأفراد، وفي بعض الحالات تتدفق المعلومات أيضًا من الأفراد لكى تؤثر في وسائل الإعلام، وفي المجتمع ككل، ويتخذ ذلك بعض الأشكال .. مثل : الإعتراض الجماهيرى الذي يزيد من مستوى الصراع في المجتمع، أو يؤدى إلى تكوين جماعات إجتماعية جديدة . مثل هذه الأحداث قد تؤدى إلى تغييرات في طبيعة العلاقات بين النظم الاجتماعية، ونظم وسائل الإعلام، مثل : تمرير قوانين جديدة يتم تصميمها لتغيير سياسات تشغيل وسائل الإعلام . (١)

رابع عشر : تكامل النظرية:

يذكر " محمود إسماعيل " أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأى العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم

---

(١) – حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد . **مرجع سابق**، ص٣٣١

الاجتماعية الحديثة، وهوالميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج .[1]

وتذكر " أمانى السيد " أن " بلاك " و" برينت " صنفا هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب الآتية :

١. تضمنها لعناصر من علم الإجتماع، ومفاهيم من علم النفس .
٢. تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدى إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها مع بعض .
٣. جمعها للعناصر الرئيسية لنظرية الإستخدامات والإشباعات من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، على الرغم من أن إهتمام هذه النظرية لا يتركز علىمعرفة التأثير بحد ذاته، وإنما في تفسير تراجع التأثير بين القوة والضعف من جانب، والمباشر وغير المباشر من جانب آخر .
٤. تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الإهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون .[2]

خامس عشر : مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمتع مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام بالعديد من المزايا منها :

١. أن النظرية تضع في إعتبارها أنه عندما تؤثر وسائل الإعلام على الجمهور يؤثر هذا التأثير بدوره على النظام الاجتماعي أولاً، والنظام الإعلامى ثانيًا .
٢. تقديم مدى واسع من التأثيرات المحتملة وتجنب التأثيرات المحدودة بوسائل الإعلام على الجمهور أو المجتمع وقد كان هذا سبباً في تسميتها في بعض الأحيان بالنموذج العارض حيث أن تأثيراتها تعتمد على مجموعة من المتغيرات القليلة أحياناً والكثيرة أحياناً أخرى، والتي

---

(١) – محمود حسن إسماعيل . **مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير**، الطبعة الأولى(القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص٢٧٨

(٢) – محمد منير حجاب . **مرجع سابق** ، ص٢٩٥

تسبب حدوث ظاهرة ما في وقت ما وقد يختفى التأثير لإختفاء هذه المتغيرات .

٣. أكدت النظرية على وجود تأثيرات واسعة لوسائل الإعلام على الجمهور الذي يعتمد عليها في تحقيق أهدافه ومن أهمها التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية .
٤. إن هذه النظرية تعتبر من أفضل نظريات التأثير وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي، فقد أكدت على ضرورة الإهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من الإهتمام بالمتغيرات الفردية .
٥. أن هذا النموذج يؤكد على علاقة وسائل الإعلام بالجمهور وأن هناك علاقة تأثير متبادل بينهما .
٦. أن تعدد الدراسات التي إستخدمت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام قد إستطاعت أن توضح الفروق الدقيقة بين المتغيرات المتشابهة مثل الاعتماد، الإستخدام، التعرض، وأن تضع مقاييس لتلك المتغيرات ولأنواع التأثيرات .[1]

سادس عشر : الإنتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وهكذا تبدونظريات الاعتماد المتبادل أكثر ملاءمة لفهم وتفسير العملية الإعلامية، بطرحها " الشامل " لعناصر المجتمع . غير أن عناصر القوة هذه لم تحل دون طرح بعض الرؤى الإنتقادية من ذلك :

١. ارتكازها على خبرات مجتمع ذات خصوصية، قد يفقدها القدرة على التعميم على مجتمعات أخرى في البيئات الدولية .
٢. اعتبار " الجمهور " أهم العناصر .. مسألة نسبية تتفاوت من بيئة إلى بيئة ومن قضية لقضية .. فالأنظمة الأيديوجية تضع الإعتبار الفكرى قبل الجمهور .

---

(١) – منال عبده محمد منصور . **مرجع سابق**، ص٩٥

٣. كما أن " الجمهور " قد يكون أهم العناصر في قضية مثل الترفيه .. بيد أن ذلك ليس مطلقاً في القضايا الدينية أو السياسات العسكرية والخارجية .. حيث تتقدم معايير أخرى قد يكون الجمهور آخرها .

٤. لم تبرز في النظرية الأبعاد الإدراكية والخبرات الذاتية للأفراد أو ما يسمى علمياً" الإطار الدلالى " للفرد .. ولعل هذا يرجع إلى أن النظرية ركزت على العملية الاجتماعية وتفاعل النظم المختلفة أكثر من التركيز على المدركات الفردية .[1]

٥. أن ما يفرضه النموذج من إعتماد الفرد على وسائل الإعلام لإشباع إحتياجاته، يزيد من أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع، وهذا ما جعل بعض المنظرين يبالغون في أهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع، لكن هذه المبالغة غير منطقية، فرغم أن هذه الوسائل تحقق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية للفرد، إلا أن وسائل الإعلام ليست السبب الوحيد لبلوغ تلك الأهداف، فالأفراد يتصلون بالأصدقاء، والأقارب، والأسرة، وكذلك بنظم سياسية وتربوية تساعدهم على بلوغ أهدافهم، وخاصة حينما يزداد إتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب اللجوء إلى معلومات وسائل الإعلام، كلما زاد المجتمع تعقيداً وغموضاً .

٦. ترى ساندرا بول روكيتش، وديفلير أن هناك تأثيرا للحالة الاعتمادية ليس من السهل إكتشافها أو قياسها في التجارب المعملية، أو الدراسات القبلية والبعدية، وخصوصاً تلك التي لا تراعى التعرض لوسائل معينة على المدى البعيد .

٧. النظرية لم تدرس بعد وبشكل مباشر ما إذا كان هناك مستوى مثالى للإعتماد على وسائل الإعلام، فهناك أمثلة تحتاج إلى إجابات مثل : هل

---

(١) – رضا عكاشة . **تأثيرات وسائل الإعلام (من الإتصال الذاتى إلى الوسائط الرقمية المتعددة)**، الطبعة الأولى (القاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، أبريل ٢٠٠٦) ص٢١١

الإتجاه الحالى نحوزيادة أو نقص الاعتمادية ؟ وهل تزيد وسائل الإعلام الجديدة مستوى الاعتماد أو تقوى الإستقلال ؟[1]

** ** **

(١) - منال عبده محمد منصور . **مرجع سابق** ، ص٩٤

الفصل الرابع

نتائج الدراسة التحليلية والميدانية وتفسيرها

أولاً : نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها .

ثانيًا: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها .

ثالثًا : اختبار صحة الفروض

*** ***

أولاً : نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها :

- تم إجراء دراسة تحليلية على عينة من البرامج الحوارية بقنوات " الفضائية المصرية، دريم ٢، المحور "، وتمثلت العينة في :
- برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) الذي يعرض يومياً ما عدا الجمعة بالقناة الفضائية المصرية .
- برنامج " العاشرة مساءً " الذي يعرض يومياً ماعدا الخميس والجمعة بقناة دريم٢ الفضائية .
- برنامج " ٩٠ دقيقة " الذي يعرض يومياً ما عدا الخميس والجمعة بقناة المحور الفضائية .
- وذلك لمدة ثلاثة شهور تبدأ من (٢٠١٠/١/٣) وحتى (٢٠١٠/٣/٣٠) كالتالي :

البيت بيتك :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (البيت بيتك)

الأيام	حلقات التحليل	
السبت	٢/٦	
الأحد	١/٣	٢/ ١٤
الاثنين	١/١١	٢/٢٢
الثلاثاء	١/١٩	٣/٢
الاربعاء	١/٢٧	

ثم أصبح مصر النهاردة :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (مصر النهاردة)

الأيام	حلقات التحليل
السبت	٣/٢٠
الأحد	٣/٢٨
الاثنين	٣/٢٩

العاشرة مساءاً :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (العاشرة مساءاً)

الأيام	حلقات التحليل		
السبت	١/٣٠	٣/١٣	
الأحد	٢/٧	٣/٢١	
الاثنين	١/٤	٢/١٥	٣/٢٩
الثلاثاء	١/١٢	٢/٢٣	
الاربعاء	١/٢٠	٣/٣	

- ٩٠ دقيقة :

يوضح الجدول التالي حلقات التحليل في برنامج (٩٠دقيقة)

الأيام	حلقات التحليل		
السبت	١/٢٣	٣/٦	
الأحد	١/٣١	٣/١٤	
الاثنين	٢/٨	٣/٢٢	
الثلاثاء	١/٥	٢/١٦	٣/٣٠
الاربعاء	١/١٣	٢/٢٤	

- ووفقا للجداول السابقة يتبين أنه تم تحليل ٣٣ حلقة موزعة كالتالي :
- ١١ حلقة من برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) بعدد فقرات ٢٥ فقرة بإجمالى عدد ساعات ٢٧ ساعة.
- ١١ حلقة من برنامج العاشرة مساءاً بعدد فقرات ٢٣ فقرة بإجمالى عدد ساعات٢٤ساعة .
- ١١ حلقة من برنامج ٩٠ دقيقة بعدد فقرات ٢٧ فقرة بإجمالى عدد ساعات ٢٧ساعة .
- **وفيما يلى عرض نتائج الدراسة التحليلة :**
- **أولاً : فئات الشكل (كيف قيل ؟)**

١- القوالب الفنية التي قدمت من خلالها الفقرة :

- جاء التقرير في المركز الأول في برنامج (مصر النهاردة) كقالب فنى قدم من خلاله الفقرة بنسبة (٥٢%) يليه الحوار الداخلى في المركز الثاني بنسبة (٦٠%)، ثم الحديث المباشر في المركز الثالث بنسبة (٤٤%) .
- جاء التقرير في المركز الأول في برنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة ()، يليه الحديث المباشر في المركز الثاني بنسبة (٤٨%)، والحوار الداخلى

في المركز الثالث بنسبة (٤٣%)، ثم الحوار التليفونى في المركز الرابع بنسبة (٢٢%)، والحوار الخارجى في المركز الخامس بنسبة (١٣%) .

- جاء الحوار التليفونى في المركز الأول في برنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ()، يليه التقرير في المركز الثاني بنسبة ()، ثم الحوار الداخلى في المركز الثالث بنسبة (٦٣%)، والحديث المباشر في المركز الرابع بنسبة (٤١%).

٢- عدد الضيوف المشاركين في الفقرة :

- جاء عدد الضيوف المشاركين في الفقرة في برنامج (مصر النهادرة) بنسبة (% ٣٨،٥)، وفي برنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة (% ٦٥،١)، وفي برنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة (% ٨٨،٩) وقد يرجع ذلك إلى :
- محاولة البرامج الحوارية عينة الدراسةتوضيح أي قضية أو مشكلة تعرض داخل البرنامج عن طريق إستضافة أطراف المشكلة والخبراء والمتخصصين وتفسير القضية من خلالهم إلى الجمهور .

٣- نوع الضيوف المشاركين في الفقرة :

-جاء الذكر في المركز الأول في برنامج (مصر النهاردة) كنوع الضيوف المشاركين في الفقرة بنسبة (٧٦%) والأنثى بنسبة (٣٢%)، وجاء الذكر في المركز الأول في برنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة (٩١%) والأنثى بنسبة (١٣%)، وجاء الذكر في برنامج (٩٠ دقيقة) في المركز الأول بنسبة () والأنثى بنسبة (١٥%).

- وقد يرجع ذلك إلى :
- طبيعةالقضايا المطروحة في مختلف أنواع البرامج الحوارية وكذلك سياسة المحطة .

٤- ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة:

- جاء المسئول الحكومى في المركز الأول في ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) بنسبة (٤٨%) يليه أحد أطراف المشكلة وخبير أو متخصص بنسبة (٣٢%) في المركز الثاني

بينما مسئول في إحدى المؤسسات وشخص عادى في المركز الثالث بنسبة (٤%) وقد يرجع ذلك إلى :

- إتفاق ذلك مع طبيعة البرنامج الحكومى الذي يهدف دائمًا إلى عرض الخطط والسياسات الحكومية والمساعى التي تقوم بها الحكومة لحل هذه المشكلات .
- جاء المسئول الحكومى أيضًا في المركز الأول في ماهية الضيوف المشاركين في الفقرة بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة (٨٣%)يليه أحد أطراف المشكلة في المركز الثاني بنسبة (٤٣%) ثم خبير أو متخصص ومسئول في إحدى المؤسسات في المركز الثالث بنسبة (٢٦%) وشخص عادى في المركز الرابع بنسبة (١٧%)
- جاء أحد أطراف المشكلة فيالمركز الأول بنسبة (٨٥%) في برنامج (٩٠ دقيقة) يليه المسئول الحكومى في المركز الثاني بنسبة (٨١%) وخبير أو متخصص في المركز الثالث بنسبة (٥٦%) ثم مسئول في إحدى المؤسسات في المركز الرابع بنسبة (٤٨%) وشخص عادى في المركز الخامس بنسبة (١٥%)
- وقد يرجع ذلك إلى :
- محاولة الوصول إلى الأسباب الجذرية للمشكلة وكيفية علاجها من الناحية العلمية بعيداً عن ما تقوم به الحكومة لحل تلك المشكلة .

٥-مدى المشاركة الجماهيرية في الفقرة :

يتضح تدنى المشاركات الجماهيرية في الفقرات فجاءت نسبة المشاركة بالنسبة لبرنامج (مصر النهاردة) (١٢%) بالنسبة للتليفون و(٤%) بالنسبة للإيميل بينما جاءت نسبة المشاركة بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءاً) (٢٦%) وفي برنامج (٩٠ دقيقة)(٣٠%) وقد يرجع ذلك:

- – أن المشاركة الجماهيرية تكون قاصرة علىبعض الفقرات فقط بينما المقدمات الإخبارية والتي تتكون من عدة فقرات وكذلك الحوارات التليفونية لا يوجد بها مشاركة جماهيرية .

ثانيًا : فئات المضمون : (ماذا قيل ؟)

٦- محور إرتكاز القضية :

- – النسبة الغالبة في محور إرتكاز القضية في برنامج (مصر النهاردة) كانت الخبر بنسبة ٦٠%
- – بينما النسبة الغالبة في محور إرتكاز القضية في برنامج (العاشرة مساءاً) كانت الحدث بنسبة
- – وأيضاً النسبة الغالبة في محور إرتكاز القضية في برنامج (٩٠ دقيقة) كانت الحدث بنسبة ٨٩%

٧- نوع القضية التي تتضمنها الفقرة :

– القضية السياسية هي أكثر قضية حظيت بمناقشات داخل برنامج (مصر النهاردة) في المركز الأول بنسبة (٣٦%) تليها القضية الاقتصادية في المركز الثاني بنسبة (٢٠ %)، يليها الاجتماعية والدينية والصحية في المركز الثالث بنسبة (١٦%)، ثم أعمال العنف والأمنية والفنية في المركز الرابع بنسبة (١٢%)، ثم الثقافية والرياضية والطقس في المركز الخامس بنسبة (٨%)، والعسكرية والكوارث والحوادث والعلمية في المركز السادس بنسبة (٤%)

– القضية الاجتماعية هي أكثر قضية حظيت بمناقشات داخل برنامج في (العاشرة مساءاً) في المركز الأول بنسبة (٥٧%) تليها القضية السياسية في المركز الثانيبنسبة(٥٢%)، ثم القضية الاقتصادية والعلمية في المركز الثالث بنسبة (٣٥%)، والقضية الأمنية والصحية في المركز الرابع بنسبة (٣٠%)، أعمال عنف في المركز الخامس بنسبة (٢٦%)، والقضية الثقافية في المركز السادس بنسبة (١٧%)، والقضية الفنية في المركز السابع بنسبة (١٣%)، والقضية الدينية والرياضية والكوارث والحوادث في المركز الثامن بنسبة (٩%)، ثم القضية العسكرية والطقس في المركز العاشر بنسبة(٤%)

– القضية الاجتماعية أيضًا هي أكثر القضايا مناقشة داخل برنامج (٩٠ دقيقة) في المركز الأول بنسبة (٨٥%) تليها القضية السياسية في المركز الثاني بنسبة (٤٤%)، وأعمال عنف في المركز الثالث بنسبة (٣٣%)، والقضية الرياضية والصحية في المركز الرابع بنسبة (٣٠%)، ثم القضية الأمنية في

المركز الخامس بنسبة (٢٢%)، والقضية العلمية في المركز السادس بنسبة (١٩%)، والقضية الدينية في المركز السابع بنسبة (١٥%)، والقضية الفنية في المركز الثامن بنسبة (١١%)، والقضية الاقتصادية والثقافية والكوارث والحوادث في المركز التاسع بنسبة (٧%)، ثم القضية العسكرية والطقس في المركز العاشر بنسبة (٣%)

وقد يرجع ذلك إلى :

- الإختلاف في الإهتمام بنوعية القضايا المجتمعية إلى إختلاف طبيعة أهداف كل من القناتين وتوجهاتهما .

٨- أسلوب معالجة القضية :

- أن البرامج الثلاث (مصر النهاردة – العاشرة مساءاً – ٩٠ دقيقة) تعتمد على ذكر الأسباب والحلول كأسلوب في معالجة القضية في المقام الأول حيث جاء أسلوب ذكر الأسباب والحلول في مصر النهادرة بنسبة () وفي العاشرة مساءاً بنسبة () وفي ٩٠ دقيقة بنسبة ()
- يليه مباشرة أسلوب ذكر الأسباب فقط في المركز الثاني كأسلوب لمعالجة القضية، فقد جاء في (مصر النهادرة) بنسبة ٢٤% وفي (العاشرة مساءاً) بنسبة ٧٤% وفي (٩٠ دقيقة) بنسبة ٥٢%
- بينما جاء عدم ذكر الأسباب أو الحلول في المركز الثالث لبرنامج (مصر النهادرة) بنسبة ١٢% يليه ذكر الحلول فقط في المركز الرابع بنسبة ٨%
- وجاء ذكر الحلول فقط في المركز الثالث في برنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة ١٧% وفي برنامج (٩٠ دقيقة) أيضًا بنسبة ١١%، يليه عدم ذكر الأسباب أو الحلول في المركز الرابعفي برنامج (٩٠ دقيقة)بنسبة ٧%

وقد يرجع ذلك إلى :

- رغبة البرامج الثلاث في عرض أسلوب معالجة القضية من جميع الجوانب فتلجأ إلى ذكر الأسباب والحلول وعدم الإكتفاء بذكر الأسباب فقط أو الحلول فقط .

٩- **الجمهور المستهدف :**

– جاء الجمهور المصرى بشكل عام في المركز الأول للجمهور المستهدف بالنسبة للبرامج الثلاث كالآتى :

– جاء في المركز الأول بالنسبة لبرنامج (مصر النهادرة) بنسبة ٨٨% وفي المركز الأول بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة ٩٦% وفي المركز الأول بالنسبة لبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ٧٨%

– أتى المراهقين في المركز الثاني بالنسبة لبرنامج (مصر النهادرة)بنسبة ٨% يليه كبار السن في المركز الثالث بنسبة ٤%

– بينما جاء الشباب في المركز الثاني بالنسبة لبرنامج (العاشرة مساءاً) بنسبة ٤%

وجاء المراهقين في المركز الثاني لبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ١١% والشباب في المركز الثالث بنسبة ٧% وفئة الممرضات في المركز الرابع بنسبة ٤% .

توصيف العينة:

أولاً: النوع:–

يوضح الجدول التالي رقم (١) توصيف العينة طبقاً للنوع

جدول رقم (١)

النسب والتكرارات / النوع	ك	%
ذكر	٢٠٠	٥٠
أنثى	٢٠٠	٥٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على :

تتوزع عينةالدراسةوفقاً للنوع بالتساوى على : الذكور بنسبة (٥٠ %) والإناث بنسبة (٥٠ %)

ثانيًا:توزيع الجامعات:-

يوضح الجدول التالي رقم (٢) توصيف العينة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة

جدول رقم (٢)

عدد الطلاب ونسبتهم / الجامعات	عدد	%
جامعة عين شمس	١٠٠	٢٥
جامعة القاهرة	١٠٠	٢٥
أكاديمية طبية	١٠٠	٢٥
جامعة ٦ أكتوبر	١٠٠	٢٥
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على :

تتوزع عينة الدراسة وفقاً للجامعات الحكومية والخاصة بالتساوى على :جامعة عين شمس بنسبة(٢٥%) وجامعة القاهرة بنسبة (٢٥ %) وأكاديمية طبية بنسبة (٢٥ %) وجامعة ٦ أكتوبر بنسبة (٢٥ %)

ثالثًا: المستوى الاقتصادي والاجتماعي:-

يوضح الجدول التالي رقم (٣) توصيف العينة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي

جدول رقم (٣)

عدد الطلاب ونسبتهم / المستوى الاقتصادي والاجتماعي	عدد	%
مرتفع	١٨٨	٤٧,٠
متوسط	١٩٣	٤٨,٣
منخفض	١٩	٤,٨
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تدل بيانات الجدول السابق على :

تتوزع مفردات العينة وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي على ثلاثة مستويات :

١- المستوى الاقتصادي المرتفع : ويمثل ٤٧,٠% بواقع ١٨٨ مفردة

٢- المستوى الاقتصادي المتوسط : ويمثل ٤٨,٣% بواقع ١٩٣ مفردة .

٣- المستوى الاقتصادي المنخفض : ويمثل ٤,٨% بواقع ١٩ مفردة .

الدراسة الميدانية

١- معدل مشاهدة البرامج الحوارية :

– يشاهد (٧٢%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً، و(١٨,٣%) دائمًا، و(٨,٥%) نادراً، و(١,٣%) لا يشاهدونها .

– ويمكن تفسير إرتفاع نسبة المشاهدة للبرامج الحوارية للأسباب الآتية :

– الواقعية التي يتمتع بها البرنامج الحواري فأصبحت السمة المميزة لأغلبية البرامج الحوارية هي البث علي الهواء مباشرة وأصبحت نسبة مشاركة الجمهور في الرأي وعرض وجهات النظر نسبة عالية جداً إذا ما قورنت بالبرامج المسجلة .

– الإهتمام بفنية إخراج هذه البرامج، فلم يعد الضيف أمام مجموعة من الأسئلة المصاغة ويقوم بالإجابة عليها وينتهي البرنامج بل أصبح هناك نافذة تطل علي عرض وجهات النظر وعرض البيانات والمعلومات بصيغة الخبر والتقارير الخارجية وعرض رأي الجمهور في القضية المطروحة وكذلك عرض الأفلام التسجيلية للقضية المطروحة فيكون بذلك البرنامج الحواري ساحة تتبادل فيها الحقائق .

– شخصية مقدم البرنامج تضفي عليه نوعا من القبول وعدم القبول من قبل المشاهدين .

– وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة التي أجريت حول تعرض الجمهور للبرامج الحوارية على النحوالآتى :

– دراسة "Stacy Davis, Marie Louiso" (١) حول " تأثير البرامج الحوارية على المراهقين " إذ أن نسبة مشاهدة البرامج الحوارية ٧٥% في مقابل ٢٥% لغير المشاهدين.

– دراسة حسن محمد علي خليل (٢) حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " إذ بلغت نسبة من يشاهدون تلك البرامج من المراهقين ٥,٠% دائمًا، و٦٦,٥% أحياناً.

---

(١) – Stacy Davis, Marie Louiso." **Op.Cit** "،p. ٦٩

(٢)- حسن محمد علي خليل. **مرجع سابق**،ص ١٩٨

-دراسة إيمان عز الدين [1]حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصرى في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأى العام " إذبلغت نسبة مشاهدة البرامج الحوارية لدي المبحوثين نسبة ٨٣,٣% في حين كانت نسبة من لم يشاهدون البرامج الحوارية ١٦,٨% .

-دراسة سعاد المصري [2] حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " حيث كانت نسبة المشاهدة المنتظمة للبرامج الحوارية ٢٨,٣% بينما كانت نسبة المشاهدة غير المنتظمة ٨١,٨% .

- دراسة ريهام سامي حسين يوسف حول [3]" دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى " إذ أن ٧٦,٧% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية دائمًا و٤٩,٣% يشاهدونها أحياناً .

- دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف [4]حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٣٥,١ % يشاهدون البرامج الحوارية دائمًا و٦٠,٣% يشاهدونها أحياناً .

٢-معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- يشاهد المراهقين(الذكور) عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية (٣٦,٣٪) أحياناً، و(٩,٣٪) دائمًا.

- تشاهد المراهقين(الإناث) عينة الدراسة الميدانيةالبرامج الحوارية (٣٥,٨٪) أحياناً، و(٩٪) دائمًا.

---

(١) - إيمان عز الدين محمد . **مرجع سابق**، ص ٤٦٥

(٢) - سعاد المصري . **مرجع سابق**، ص ٢٣٩.

(٣) - ريهام سامى حسين يوسف . **مرجع سابق** .

(٤) - ممدوح عبد الله عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ١٨٣

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في معدل مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٠,٣٤٥ عند درجة حرية =٠,٣ وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠,٩٥١

٢- معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية و الخاصة :

- يشاهد (١٨,٣٪) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (جامعة عين شمس)، و(٤,٠%) دائمًا .
- يشاهد (١٦%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (جامعة القاهرة)، و(٦,٥٪) دائمًا .
- يشاهد (١٨٪)من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (أكاديمية طيبة)،و(٥,٣٪) دائمًا .
- يشاهد (٧٢٪) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناً في (جامعة ٦ أكتوبر)، و(٥,٣٪) دائمًا .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في معدل مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١١,١٩ عند درجة حرية = ٠,٩ وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٦٣.

٣- معدل مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاقتصادي و الاجتماعي :

- يشاهد (٣١,٨٪) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناًمن الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المرتفع)، و(١٠,٨٪) دائمًا.
- يشاهد (٣٦,٣٪) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناًمن الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المتوسط)، و(٧,٠٪) دائمًا.
- يشاهد (٤٪) من عينة الدراسة البرامج الحوارية أحياناًمن الطبقة ذات المستوى الاجتماعي (المتوسط)، و(٥٪.) دائمًا.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا^{2} = ٦,١٦٤ عند درجة حرية = ٦ وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٥،٠.

٤- عدم مشاهدة البرامج الحوارية :

- لا يشاهد (٤٥,٥%) من عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية لأنها نسخ مكررة من بعضها، ولعدم وجود الوقت بنسبة (١٧,٣%)،بينمالأنها تزيد من توتر المشاهد بنسبة (١٨,٢%)، بينما جاءت نتيجة لا أراها تقدم جديد بنسبة (٩,١%)

وقد يرجع ذلك إلى :

- أن معظم البرامج الحوارية تتحدث عن نفس الأحداث وفي بعض الأحيان قد تستضيف نفس الأشخاص وبالتالي تؤدى إلى التكرار والملل، كما أن المراهق من طبيعته التقلب في المزاج والملل بسرعة، وهذا يجعل المراهق يرى أنها نسخ مكررة من بعضها في المقام الأول .

وتتفق تلك النتيجة مع نتائجبعض الدراسات السابقة على النحوالآتى :

- دراسة إيمان عز الدين محمد دوابة [1]حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصرى في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأى العام " إ> أن ٥٠% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لإعتمادها على ضيوف مكررين .
- دراسة سعاد محمد محمد المصرى [2] حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " إذ أن ٣٤،٣% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لتكرارها.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على النحوالآتى :

---

(١)- إيمان عز الدين محمد . **مرجع سابق**، ص ٤٧٥

(٢) - سعاد محمد محمد.المصرى . **مرجع سابق**، ص ٣٥٦

- دراسة ممدوح محمد عبد الله عبد اللطيف [1] حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكوَمة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٨٨,٩% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لأنها لا تتمتع بالموضوعية والمصداقية في تناولها للقضايا والأحداث .
- دراسة حسن محمد على خليل [2] حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " إذ أن ٤٠،٩% من أفراد العينة لا يشاهدون البرامج الحوارية لأن شكل تقديمها غير جذاب .

٥- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في الفروق بين الجنسين(ذكور – إناث) في عدم مشاهدة البرامج الحواريةحيث كانت قيمة كا^{2} = ٢,٩٣٣ عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٤٠٢. .

٧- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية و الخاصة :

-لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا^{2} =٩,٥٣٣، عند درجة حرية =٩ ، وهيغير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٣٩٠.

٨- عدم مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمتسوى الاجتماعي و الاقتصادي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا^{2} =٧,١٨٧، عند درجة حرية = ٦، وهيغيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٣٠٤.

---

(١) – ممدوح محمد عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ١٩٥

(٢)- حسن محمد على خليل . **مرجع سابق**، ص ١٩٩

-١٠ عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع :

- يشاهد (٥٨،٥%) من المراهقين عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية حسب الظروف، ويوم في الأسبوع (١٣,٨%)، ويومان في الأسبوع (١٠%)، وثلاثة أيام في الأسبوع (٩،٥%)، وخمسة أيام فأكثر (٦%)، بينما أربعة أيام (٢,٣%) ، وقد يرجع ذلك إلى :

- أن المراهقين يقضون معظم الأو قات في الجامعة، وعند عودتهم من الجامعة يقضون معظم الوقت في المذاكرة وبالتالي لا يجدون الوقت الكافى لمتابعة البرامج الحوارية فيشاهدونها حسب الظروف، كما أن أغلب المراهقين يصيبهم الملل سريعاً من متابعة البرامج التي تعرض المشكلات ويفضلون مشاهدة ما يسليهم بعيداً عن الأحاديث والتحقيقات.

١١-عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة كا^2 = ١٢,٠٩٥عند درجة حرية =٥ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٣٤.

- وقد يرجع ذلك إلى أن الذكور يقضون وقتاً كبيراً من اليوم خارج المنزل وخاصة فترة المساء بينما الإناث لديهم وقت فراغ أكبر، وبالتالي فلديهم الفرصة لمشاهدة هذه البرامج أكثر من الذكور .

١١- عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة كا^2 = ٢٥,٨٢١ ، عند درجة حرية =١٥ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٤٠.

وقد يرجع ذلك :

- وقت الفراغ الأكبر الذي يوجد لدى طلاب الجامعات الخاصة والذي قد يمكنهم من متابعة البرامج الحوارية لفترة أطول .

١٢-عدد أيام مشاهدة البرامج الحوارية في الأسبوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في كم يوماً عادة تشاهد البرامج الحوارية في الأسبوع حيث كانت قيمة كا٢ =٩,٩٥٦، عند درجة حرية = ١٠، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٤٤٤..

١٣- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية

- يشاهد (٥٨%) من المراهقين عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية أقل من ساعة تقريباً, يليه من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً (٣٤,٨%) ثم من ثلاث ساعات فأكثر (٧,٣%) .وقد يرجع ذلك إلى :
- مللهم سريعاً من مثل هذه النوعية من البرامج لإهتمامها بالمشاكل والصراعات بينما المراهق يريد أن يشاهد ما يسرى عنه ويسليه .

١٤- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يومياحيث كانت قيمة كا٢ = ١,٠٨٨عند درجة حرية =٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٨٠.

١٥-عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يوميا حيث كانت قيمة كا٢ = ١٣,٠٢٩ ، عند درجة حرية =٦ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٤٣.

١٦- عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في كم ساعة تقريباً تشاهد فيها البرامج الحوارية يوميا حيث كانت قيمة كا٢ =٢,٦٩٤، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٦١٠.

١٧- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية

- يشاهد (٤٣,٠ %) من المراهقين عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية للإلمام بخلفية الأحداث العربية والدولية, وللجرأة في تناول الموضوعات والقضايا والأحداث المختلفة (١٩,٠%)، وللإبهار والتشويق في كشف ملابسات الأحداث الجارية (٩,٣%)، وللتخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ (٩,٠%)، وللصدق والصراحة في كثير من فقراتها (٨,٣%)، ولمعرفة وجهات النظر المختلفة في القضايا والأحداث المصرية (٧,٠%)، ولأن لديها شبكة مراسلين ضخمة فأصبحت في قلب الأحداث والقضايا العامة في مصر (٢,٣%)، وحتى أجد موضوعات للنقاش مع آخرين (١,٥%)، بينما وسيلة أرخص من غيرها لمعرفة الأخبار كالصحف (٠,٣%) . وقد يرجع إختيار المبحوثين للإلمام بخلفية الأحداث العربية والدولية في المركز الأول إلى :

- تقديم البرامج الحوارية لمقدمة إخبارية تتضمن الأخبار التي حدثت في نفس اليوم مما يجعل المشاهد على علم بما يحدث حوله وملم بالأحداث العربية والدولية، كما أن الحوارت التي تقدم بالبرنامج تقوم بتوضيح ما يحدث على الساحة مما يجعل المشاهد ملم بالحدث من جميع جوانبه .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على النحو الآتى :

-دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف [١]حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية

---

(١) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ١٩٤

وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٤٤,١% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأنها تعتبر حلقة الوصل بين المشاهدين والمسئولين .

- دراسة إيمان عز الدين [١]حول " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصرى في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأى العام " حيث أن ٣٦,٩% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأن بها مشاركات جماهيرية ووجهات نظر متعددة .

- دراسة سعاد محمد المصرى [٢]حول " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات " إذ أن ٥٠,٥% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لأن موضوعاتها مهمة .

- دراسة حسن محمد على [٣]حول " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة " حيث أن ٥٩% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية للإستفادة من المعلومة المقدمة بها .

- دراسة نهى عاطف العبد [٤]حول " العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى في مصر " حيث أن ٦٣,٣% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لجرأتها .

- دراسة رانيا أحمد محمود [٥]حول " مدي إعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " حيث أن ٤٥,٥% من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية لمعرفة مشكلات المجتمع .

١٨- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للنوع :

---

(١) - إيمان عز الدين . **مرجع سابق،** ص ٥١٤

(٢) - سعاد محمد محمد المصرى . **مرجع سابق،** ص ٣٥٤

(٣) - حسن محمد على . **مرجع سابق،** ص ٢٠١

(٤) - نهى عاطف العبد . **مرجع سابق،** ص ٧٦٣

(٥) - رانيا أحمد محمود . **مرجع سابق،** ص ١٢٨٥

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا٢ =١٣,٢٦١عند درجة حرية = ٨، وهيغيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ١٠٣.

١٩- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا٢ = ٧٧,١٦٤ ، عند درجة حرية = ٢٤، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

٢٠- دوافع مشاهدة البرامج الحوارية طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في دوافع مشاهدة البرامج الحوارية حيث كانت قيمة كا٢ = ١٤,٤٢٥، عند درجة حرية = ١٦، وهي غيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٦٧. .

٢١- مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

- يشاهد (٤٠,٥%) من المراهقين عينة الدراسة برنامج (مصر النهاردة- البيت بيتك سابقاً) أحياناً، و(٢٨%) دائمًا، (١٨,٥%) نادراً، و(١٣%) لا يشاهدها .

- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ريهام سامي حسين يوسف [١]حول " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتعية لدى الجمهور المصرى " إذ أن (٥٨,٧%) من أفراد العينة يشاهدون مصر النهاردة أحياناً، و(٢٤ %) دائمًا، ودراسة رانيا

---

(١) - ريهام سامى حسين يوسف . **مرجع سابق**، ص ١٦٩

أحمد محمود [1]حول " مدي إعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " إذ أن ٢٩,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج مصر النهاردة دائمًا، ٥٤,٥% أحياناً

٢٢- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردةحيث كانت قيمة كا^{2} = ١٠,٥١٠عند درجة حرية = ٣، وهيدالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠١٥.

٢٣- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردة حيث كانت قيمة كا^{2} = ٢٠,٩٩٨ ، عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠١٣..

٢٤- مشاهدة برنامج مصر النهاردة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مدى مشاهدة برنامج مصر النهاردة حيث كانت قيمة كا^{2} =٨,٠٣٩، عند درجة حرية =٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٣٥..

٢٥-مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً :

- يشاهد (٥٠,٠%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (العاشرة مساءاً) أحياناً، ويشاهدونها (٢٦،٨ %) دائمًا, كما يشاهدونها (١٧,٠%) نادراً، و(٦،٣%) لا يشاهدونها وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بعض الدراسات السابقة على النحوالآتى :

-دراسة ريهام سامي حسين يوسف [1]حول " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى

---

(١) - رانيا أحمد محمود . **مرجع سابق**، ص ١٢٨٦

الجمهور المصرى " إذ أن ٤٩,٩% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءاً أحياناً و٢٦,٨ % يشاهدونها دائمًا .

- دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف [٢]حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات "إذ أن ٥٩,٧ % من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءاً أحياناً و٢٧,٢% يشاهدونه دائمًا .

- دراسة رانيا أحمد محمود [٣]حول " مدي إعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " إذ أن ٣٢,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءاً دائمًا و٤٣% احياناً.

٢٦- مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٣,٨٩٥ عند درجة حرية =٣ ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٢٧٣.

٢٧- مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢٠,٤٢٥، عند درجة حرية =٩ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠١٥.

٢٨- مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في في مدى مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً حيث

---

(١) - ريهام سامى حسين يوسف . **مرجع سابق**، ص ١٧٣

(٢) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ١٩٨

(٣) - رانيا أحمد محمود . **مرجع سابق**، ص ١٢٨٦

كانت قيمة كا[٢] =٢٩,٦٢٠، عند درجة حرية =٦ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٠.

٢٩- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

- يشاهد (٣٩,٣%) من عينة الدراسة برنامج (٩٠ دقيقة) أحياناً، ويشاهدها (٣٢,٣%) دائمًا، ويشاهدها (٢٢%) نادراً، و(٦,٥%) لا يشاهدونها.

- وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف [(١)] حول " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " إذ أن ٣٥,١% من عينة الدراسة يشاهدون برنامج ٩٠ دقيقة أحياناً و٥١,٨% يشاهدونه دائمًا، ودراسة رانيا أحمد محمود [(٢)] حول " مدي إعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري " حيث أن ٣٦,٥% من أفراد العينة يشاهدون برنامج ٩٠ دقيقة أحياناً و٢٥% دائمًا .

٣٠- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث)في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة كا[٢] =٣,٦٧٤ عند درجة حرية = ٣، وهي غيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٩٩.

٣١- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة كا[٢] =٢١,٥٠٣، عند درجة حرية =٩ ، وهيدالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠١١.

٣٢- مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

---

(١) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ٢٢٤

(٢) - رانيا أحمد محمود . **مرجع سابق**، ص ١٢٨٦

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مدى مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة حيث كانت قيمة $كا^2$ = ٣٠,٣٨٠، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٠.

٣٣- أسباب مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

- يشاهد (٥٢،١%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) لأن شخصية مقدم البرنامج أو المذيع جذابة، والموضوعات التي تتناولها مهمة (٥١,٧%)، بينما الشخصيات التي تستضيفهامرتبطة بالموضوع المثار (٥٠,٩%)، وأسلوب عرض الموضوع الذي تتناوله شيق (٤٥,١%)، وبها شرح أكثر للقضية المثارة (٤٢,٥%)، بينما وقت إذاعتها مناسب بالنسبة لي (٣٤,٨%)

- وقد يرجع إختيار المراهقين لشخصية المذيع جذابة في المركز الأول إلى قيام أكثر من مذيع بتقديم البرنامج مما يؤدى إلى إعجاب المراهقين بشخصية أحدهم (محمود سعد، تامر أمين، خيرى رمضان، منى الشرقاوى) وقد يشعر أنه قريب منه .

٣٤- أسباب مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً :

- يشاهد (٥٢,٥%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (العاشرة مساءاً) لأن وقت إذاعته مناسب، وبه شرح أكثر للقضية المثارة (٤٦,١%)، الموضوعات الذي يتناولها مهمة (٤٥,٦%)، وأسلوب عرض الموضوع الذي يتناوله شيق (٤٠،٥%)، والشخصيات التي يستضيفها مرتبطة بالموضوع المثار (٣٩,٧%) بينما شخصية مقدم البرنامج جذابة (٣٦,٥%) .

- وقد يرجع ذلك إلى أن توقيت عرض البرنامج في العاشرة مساءاً فليس مبكراً جداً بحيث لا يستطيع المراهق اللحاق بموعد عرضه وليس متأخراً جداً بحيث لا يستطيع مشاهدته، فتوقيت عرضه يتيح للمراهق أن يكون موجوداً في المنزل وبإمكانه أن يشاهده.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة ريهام سامي حسين يوسف حول [١] " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى " إذ أن ٧٤,٣% من أفراد العينة يشاهدون برنامج العاشرة مساءاً لمتابعته للأحداث والقضايا الجارية، ودراسة ممدوح محمد عبد الله عبد اللطيف [٢]حول "الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات " حيث أكد ٧٢,١% من أفراد العينة مشاهدتهم لبرنامج العاشرة مساءاً لأنه يعتبر حلقة الوصل بين الجمهور والمسئولين .

٣٥- أسباب مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

- يشاهد (٤٣,٣%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج (٩٠ دقيقة) لأنه به شرح أكثر للقضية المثارة، وأسلوب عرض الموضوع الذي تتناوله شيق (٤١,٩٥)، والموضوعات الذي يتناولها مهمة (٤٠,١%)، والشخصيات التي يستضيفها مرتبطة بالموضوع المثار (٣٩,١%)، وقت إذاعته مناسب (٣٦,٦%)، بينما شخصية مقدم البرنامج جذابة (٣٣,٤%) .
- وقد يرجع ذلك إلى :
- أن برنامج (٩٠ دقيقة) يهتم كثيراً بالقضايا التي يقوم بعرضها، وعلى الأخص المقدمة اليومية التي تتضمن الأحداث التي حدثت في اليوم مع إستضافة بعض الخبراء والمتخصصين لتوضيح القضية من جميع جوانبها .

٣٦- أسباب عدم مشاهدة برنامج مصر النهاردة :

- لا يشاهد (٧٣,١%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج مصر النهاردة (البيت بيتك سابقاً) لعدم الحرية في تبنى القضايا، ولعدم توافر معايير الصدق والموضوعية (٥٠%)، ولا أحب أسلوب مقدميه (٣٨,٥%)، والاعتماد على الأسئلة الإستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف (٢٣,١%)، بينما البعد عن هموم ومشكلات المواطن المصرى(١٧,٣%)

---

(١) - ريهام سامى حسين يوسف . **مرجع سابق**، ص ١٧٦

(٢) - ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . **مرجع سابق**، ص ٢٠٦

٣٧-أسباب عدم مشاهدة برنامج العاشرة مساءاً :

- لا يشاهد (٩٦%) من عينة الدراسة الميدانية برنامج العاشرة مساءاً لإعتماده على الأسئلة الإستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف، ولأنه لا تتوفر فيه معايير الصدق والموضوعية في طرح الأحداث والقضايا (٨٠%)، ولا أحب أسلوب مقدميه (٧٢%)، والبعد عن هموم ومشكلات المواطن المصرى(٦٤%)، وعدم الحرية في تبنى القضايا (٣٢%)، وقد يرجع ذلك إلى :

- رغبة البرامج الحوارية في الإجابة عن جميع التساؤلات التي تشغل بال المشاهدين والجمهور مما يؤدى إلى أنها في بعض الأحيان قد تعمد إلى الأسئلة الإستفزازية حتى تضمن الإجابة على السؤال الذي تم توجيهه .

٣٨- أسباب عدم مشاهدة برنامج ٩٠ دقيقة :

- لا يشاهد (٨٤,٦%) من عينة الدراسة الميدانيةبرنامج (٩٠ دقيقة) لأنه يعتمد على الأسئلة الإستفزازية وإثارة الصراع بين الضيوف، ولا أحب أسلوب مقدميه (٧٣،١%)، ولا تتوفر فيه معايير الصدق والموضوعية في طرح الأحداث والقضايا (٥٧,٧%)، والبعد عن هموم ومشكلات المواطن المصرى (٥٠%)، ثم عدم الحرية في تبنى القضايا (٣٦,٩%)

٣٩- كيفية مشاهدة البرامج الحوارية:

- يتابع (٩١,٣%) من عينة الدراسة الميدانية تطورات الأحداث من خلال البرامج الحوارية دائمًا و(٧,٣%) أحياناً, ويهتم (٤٨,٣%) كثيراً بالموضوعات التي تثيرها البرامج الحوارية دائمًا و(٣٧,٠%) أحياناً و(٦,٨%) نادراً و (٦,٥%)لا يفعلون ذلك، ويتناقش (٤٢,٥%) مع الآخرين حول القضايا والأحداث الهامة دائمًا، و(٣٩,٨%) أحياناً و(١١،٠٥) نادراً و (٦،٠%)لا يفعلون ذلك، ويبحث(٣٦،٠%) عن المزيد من المعلومات حول القضايا البارزة في مصادر متخصصة دائمًا، و(٣٤,٨%) أحياناً، و(١٥,٥%) نادراً، و(١٢,٥%)لا يفعلون ذلك, ويعرف (٣٤,٨%) مواعيد البرامج الحوارية في القنوات التي يشاهدونها دائمًا، و (٣٩,٥%)أحياناً، و(١٠,٨%) نادراً، و(١٣,٨%)لا يفعلون ذلك, ويركز (٣١,٠%) في

البرامج ولا يحبون القيام بأى عمل آخر في ذلك الوقت دائمًا، و(٣٣,٨%) أحياناً، و(١٦,٥%) نادراً، و(١٧,٣%) لا يفعلون ذلك، وينتقل (٢٦,٠%) من قناة لأخرى باحثين عن البرامج الحوارية لمشاهدتها دائمًا، و(٤٣,٣%) أحياناً, و (١٣,٥%) نادراً، و(١٦،٠%) لا يفعلون ذلك، ويشاهد(٢١,٣%) البرامج الحوارية بالصدفة وحسب الظروف دائمًا، و(٣٥,٥%) أحياناً، و(١٧,٥%) نادراً,و(٢٤,٥%)لا يفعلون ذلك، ويتحدث(١٩,٠%) مع الآخرين أثناء مشاهدة البرنامج دائمًا،و (٣١،٠%) أحياناً، ونادراً(٢١,٣%)، و(٢٦,٨%)لا يفعلون ذلك، ويتابع (١٣,٨%) البرامج الحوارية وهم يقومون بأعمال أخرى دائمًا، و(٤١،٠%) أحياناً، و(١٣,٨%) نادراً، و(٢٩,٨%) لا يفعلون ذلك .

- وقد يرجع إختيار المراهقين لمتابعة تطورات الأحداث من خلال البرامج الحوارية في المقام الأول إلى أن البرامج الحوارية عند إذاعتها لخبر أو حدث ما تظل تتابع تطورات هذا الخبر أو الحدث في الحلقات التالية من البرنامج مما يؤدى إلى معرفة كافة تفاصيل الخبر أو الحدث من خلال البرنامج الحوارى .

٤٠- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى:

- (٨٤,٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى, بينما(١٥,٣%) ليس لديهم فكرة عنها، وقد يرجع ذلك إلى:

- الإهتمام الإعلامى الكافى الذي حظيت به قضية حادثة نجع حمادى .

٤١- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١,٥٦٧ عند درجة حرية =١ ، وهي غيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٢١١. .

٤٢- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} =٤,٧٠٠، عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =١٩٥.

٤٣- المعرفة بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في هل لديك فكرة عن موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} =١,٠٦٩ ، عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٨٦.

٤٤- الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى:

- يهتم (٤٦,٣%) من عينة الدراسة الميدانية بموضوع حادثة نجع حمادى إلى حد ما، و (٢٤,٠%) مهتمين بدرجة كبيرة، و(٢٩,٨%) غير مهتمين. وقد يرجع ذلك إلى :

-أن قضية حادثة نجع حمادى ذات موضوع شائك يهم جميع طبقات المجتمع وهوالطائفية، كما أنها حظيت بتغطية إعلامية كافية مما يجعل الإهتمام بها كبيراً .

٤٥- الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢١,٢٠٧ عند درجة حرية = ٢، وهيدالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

٤٦- الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجماعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^2 = ٢٨٢,٥٦٢ ، عند درجة حرية =٦ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٠.

٤٧- الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^2 = ٥,٠٥٢، عند درجة حرية = ٤، وهيغير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٢٨٢.

٤٨- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى:

- لا يهتم (٦٠,٥%) من عينة الدراسة الميدانيةبمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى لأن لديهم إهتمامات أخرى، ولأنه لا يتوقع أن يكون هناك جديد (٣٦،١%)، ولعدم الثقة فيما تعرضه البرامج الحوارية ولأن المعرفة به لا تفيد في شئ (١,٧%)

- وقد يرجع ذلك إلى :

- إهتمام المراهقين بأشياء أخرى تشغلهم عن متابعة مثل هذه القضايا كالخروج مع الأصدقاء أو الجلوس أمام الإنترنت أو متابعة مباريات كرة القدم.

٤٩- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^2 = ٨٢,٢١٤ عند درجة حرية =٣ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٠.

- وقد يرجع ذلك إلى :

- أن الإناث لديهم وقت فراغ أكبر من الذكور .

٥٠- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيلماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا٢ = ٢٨,٣٦٠، عند درجة حرية = ٣، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٠.

٥١- أسباب عدم الإهتمام بموضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين فيلماذا لا تهتم بمتابعة موضوع حادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١١,٧٩٦، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٦٧.

٥٢- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى :

-يفضل (٥٠,٥٥%) من عينة الدراسة البرامج الحوارية بالفضائيات لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع، و (٢٣,١%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت، و(١٢،٨%) القنوات الإخبارية في التليفزيون، و(٧,١%) البرامج الإخبارية بالإذاعة، و(٦,٤%) الصفحة الإخبارية في الصحف .

- وقد يرجع تفضيل المراهقين للبرامج الحوارية بالفضائيات في موضوع حادثة نجع حمادى إلى الإهتمام الإعلامى الكافى الذي حظيت به هذه القضية وإهتمام البرامج الحوارية جميعها بها ومحاولة عرض كافة تفاصيلها ونتائجها وأسبابها وكل ما يتعلق بها مما يؤدى إلى أن من يتابع البرامج الحوارية يكون على دراية كاملة بكل ما يعرض عن ذلك الموضوع .

٥٣- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) فيما الوسيلة المفضلة لديكلمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢,٦٦٣عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٦١٦.

٥٤- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيما الوسيلة المفضلة لديك لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢٠,٧١٧، عند درجة حرية = ١٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٥٥.

٥٥- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين فيما الوسيلة المفضلة لديك لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١٠,٨٩٩، عند درجة حرية = ٨، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٠٧. .

٥٦-سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى :

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها :

-إختار (٤٧،٧%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة يرجع إلى أنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و(٢٧,١%) لأنها متاحة في كل وقت، و(١٣,٩%) لأن إستخدامها شيق وجذاب، و(١١,٤%) لأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب .

٥٧-سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) فلماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ =٢,٧٤٣ عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٤٣٣.

٥٨-سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ =٢٢,٨٥٣، عند درجة حرية =٩، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٧.

٥٩-سبب إختيار الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن موضوع حادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ = ١١,٢٠٧، عند درجة حرية =٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٨٢.

٦٠- درجة التعرض للوسيلة المفضلة :

- يتعرض(٣٨,٨%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة المختارة من ساعة إلى ٣ ساعات يومياً، و(٣٢,٠٣%) أقل من ساعة، و(٢٩,٢%) أكثر من ٣ ساعات .

٦١- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ = ٨٠٢. عند درجة حرية =٢ ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٦٧٠.

٦٢- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $كا^2$ = ٤,٢٤٥، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٦٤٤.

٦٣- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة $كا^2$ = ٩,٩٣١، عند درجة حرية = ٤، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٤٢.

٦٤- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- (٨٩,٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة ، و(١٠,٣%) ليس لديهم فكرة عن ذلك الموضوع

٦٥- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة $كا^2$ = ١,٣٣٢ عند درجة حرية =١ ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٤٩.

٦٦- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية

القادمة حيث كانت قيمة كا^{2} =٢,٢٥٦، عند درجة حرية =٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٢١.

٦٧- المعرفة بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في هل لديك فكرة عن موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة كا^{2} = ٥٧٦.، عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٧٥٠.

٦٨- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- يهتم (٦٣,٣%) من عينة الدراسة الميدانية إلى حد ما بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمة، و (٢٧,٥%) مهتمين بدرجة كبيرة، و(٩,٣%) غير مهتمين .

- وقد يرجع إهتمام المراهقين بذلك الموضوع إلى رغبة المراهق في أن يشارك في الحياة السياسية المحلية الموجودة بداخل البلد التي يعيش فيها،ويكون له دور فيها .

٦٩- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمةحيث كانت قيمة كا^{2} = ٤,٠٧٨ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ١٣٠. .

٧٠- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات

الرئاسية القادمةحيث كانت قيمة كا^{٢} =٦,١٥١، عند درجة حرية = ٦، وهي غيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٤٠٦.

٧١- الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع الانتخابات الرئاسية القادمةحيث كانت قيمة كا^{٢} = ١,٩٢٤، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٧٥٠.

٧٢- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة:

- لا يهتم (٥٠%) من عينة الدراسة الميدانية بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة لأن لديهم إهتمامات أخرى، و(٢٩%) لا يتوقعون أن يكون هناك جديد، و(١٥,٨%)لأن المعرفة به لا تفيد في شئ، و(٥,٣%) لعدم الثقة فيما تعرضه البرامج الحوارية .

٧٣- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٩٩٧. عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٨٠٢.

٧٤- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة كا^{٢} =٧,٩١٢، عند درجة حرية =٩ ، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٥٤٣.

٧٥- أسباب عدم الإهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية المقبلة للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع الانتخابات الرئاسية القادمة حيث كانت قيمة كا^{٢} =١,٧٧٧، عند درجة حرية =٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٩٣٩.

٧٦- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع :

- يفضل (٤٨,٩%) من عينة الدراسة الميدانية البرامج الحوارية بالفضائيات لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع، و(١٨,٢%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت, و (١٧,٤%) القنوات الإخبارية في التليفزيون، و(٨,٦%) البرامج الإخبارية بالإذاعة .

وقد يرجع ذلك إلى :

- شعور المراهقين بأن البرامج الحوارية لها القدرة على عرض الموضوع من جميع الجوانب وإبراز جميع تفاصيله سواء أكانت إيجابية أو سلبية .

٧٧- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك

الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١١,٣٩٠ عند درجة حرية = ٤، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٢٣.

٧٨- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوعحيث كانت قيمة كا^{٢} = ٢٢,١١٢، عند درجة حرية = ١٢، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٣٦.

٧٩ - الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوعحيث كانت قيمة كا^{٢} =١٤,٦٦٢، عند درجة حرية =٨، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٦٦.

٨٠- سبب إختيار الوسيلة المفضلة :

- إختار (٤٤,٥ %) من عينة الدراسة الميدانية الوسيلة المفضلة لأنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و(٢٠,٧ %) لأنها متاحة في كل وقت، و(١٧,٤%) لأن إستخدامها شيق وجذاب ولأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب .

٨١- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٤,١٣٠ عند درجة حرية =٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢٤٨.

٨٢- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ = ٢٣,٠٦٩، عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة =٠٠٦.

٨٣- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا إخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ =١٦,٨٤٦، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠١٠.

٨٤- درجة التعرض للوسيلة المفضلة :

- يتعرض (٤٦,١ %) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة أقل من ساعة، و(٤٠,٣%) من ساعة إلى ٣ ساعات، و(١٣,٥%) أكثر من ٣ ساعات .

٨٥- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ =١١,٦٢٤عند درجة حرية = ٢، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٣.

٨٦- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١٢,٨٦١، عند درجة حرية =٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٤٥.

٨٧- درجة التعرض للوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٣,٧٩٩، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٤٣٤.

٨٨- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- (٦٨%) من عينة الدراسة الميدانية لديهم فكرة عن موضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة، و(٣٢%) ليس لديهم فكرة عنه .

٨٩- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٠٤٥. عند درجة حرية = ١، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٨٦.

٩٠- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة

العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{2} =٢٦,١٩٥، عند درجة حرية = ٣، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

٩١- المعرفة بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في هل لديك فكرة عن موضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{2} =٨,٠٠٩، عند درجة حرية = ٢، وهيدالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠١٨.

- وقد يرجع ذلك إلى أن ذوى المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع لديهم من الوسائل ما يمكنهم من متابعة الموضوع بكل تفاصيله أكثر من غيرهم .

٩٢- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- يهتم (٦٢,٣%) من عينة الدراسة الميدانية إلى حد ما بمؤتمر القمة العربية الأخيرة، و (٣٢,٨٥%)غير مهتمين، و(٥،٠ %) مهتمين بدرجة كبيرة .

٩٣- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في إلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{2} = ٣,٠٧٨ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٢١٥.

٩٤- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) فيإلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢٤,٢٩١، عند دَرجة حرية =٦ ، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

٩٥- الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين فيإلى أي حد أنت مهتم بموضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١١,٣٨٨، عند درجة حرية = ٤، وهيدالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٢٣.

٩٦- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة :

- لا يهتم (٣٥,٤%) من عينة الدراسة الميدانية بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية لأن لديهم إهتمامات أخرى، و(٣٣,٨%) لا يتوقعون أن يكون هناك جديد، و(٢٤,٦%) لأن المعرفة به لا تفيد في أي شئ، و(٦,٢%) لعدم الثقة في ما تعرضه البرامج الحوارية .

- وقد يرجع ذلك إلى عدم الإهتمام الكافى بالموضوع من قبل وسائل الإعلام ما يؤدى إلى تفضيل المراهقين لأى شئ آخر غير متابعة هذا الموضوع.

٩٧- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{٢} =١,٢٨٠ عند درجة حرية = ٣، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٧٣٤.

٩٨- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{٢} =١٢,٧٧٨، عند درجة حرية = ٩، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ١٧٣.

٩٩- أسباب عدم الإهتمام بموضوع مؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا لا تهتم بمتابعة موضوع مؤتمر القمة العربية حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٧,٧٠٨، عند درجة حرية= ٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٢٦٠.

١٠٠- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع:

- يتابع (٣٤,٥%) من عينة الدراسة الميدانية ما يعرض عن ذلك الموضوع من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات، و(٣٢,٢%) المواقع الإخبارية بشبكة الإنترنت، و(١٨,٩%) القنوات الإخبارية في التلفزيون، و(٧,٦%) البرامج الإخبارية بالإذاعة، و(٦,٨%) الصفحة الإخبارية في الصحف .

١٠١- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوعحيث كانت قيمة كا^{٢} = ٤,٠٧٠ عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٣٩٧.

١٠٢- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١٦,٩٢٨، عند درجة حرية = ١٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =١٥٢.

١٠٣- الوسيلة المفضلة لمتابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي الوسيلة التي تفضل من خلالها متابعة ما يعرض عن ذلك الموضوع حيث كانت قيمة كا^{٢} =٦,٧٩٨، عند درجة حرية = ٨، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٥٩.

١٠٤- سبب إختيار الوسيلة المفضلة :

- إختار (٤٧%) من عينة الدراسة الميدانية الوسيلة لأنها تعرض الموضوع من كافة الزوايا، و(٣٢%) لأنها متاحة في كل وقت، و(١٢,٠٣%) لأنها تقدم معلومات مبسطة وسهلة الإستيعاب، و(٩,٠٢%) لأن إستخدامها شيق وجذاب .

١٠٥- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للنوع :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور – إناث) في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ١٠,٦٠٨ عند درجة حرية= ٣، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠١٤.
١٠٦- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ =٢٣,٠٣٩، عند درجة حرية = ٩، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٠٦.

١٠٧- سبب إختيار الوسيلة المفضلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في لماذا اخترت تلك الوسيلة حيث كانت قيمة كا٢ = ٤,٩٥٣، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٥٥٠.

١٠٨- درجة التعرض للوسيلة :

- يتعرض (٤٤,٩%) من عينة الدراسة الميدانية للوسيلة أكثر من ٣ ساعات، و(٣٠,٢%) أقل من ساعة، و(٢٥%) من ساعة إلى ٣ ساعات .

١٠٩- درجة التعرض للوسيلة طبقاً للنوع:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلةحيث كانت قيمة كا٢ = ٢,١٤٨ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٣٤٢.

١١٠- درجة التعرض للوسيلة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلةحيث كانت قيمة كا٢ = ٢٩,٤١٦، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

١١- درجة التعرض للوسيلة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في ما هي درجة تعرضك لتلك الوسيلةحيث كانت قيمة كا^{٢} =٧,٠٣٤، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =١٣٤.

ثانيًا: مستوى معرفة طلاب الجامعاتبالأحداث الجارية
(حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية)

١١٢- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبحادثة نجع حمادى:-

- يرتفع مستوى معرفة المراهقين عينة الدراسة الميدانية بحادثة نجع حمادى بنسبة (٤٧,٥%) ومتوسطة بنسبة (٢٧,٥%) ومنخفضة بنسبة (٢٥،٠%)

١١٣- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبحادثة نجع حمادى طبقاً للنوع:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} =٤,٠١٤ عند درجة حرية =٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ١٣٤.

١١٤- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبحادثة نجع حمادى طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٢٦,٨٣٢، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٠.

١١٥- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبحادثة نجع حمادى طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مستوى المعرفة بحادثة نجع حمادى حيث

كانت قيمة كا^2 = ٢,٤٣٣، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٦٥٧.

١١٦- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسة بالانتخابات الرئاسية القادمة:-

- يرتفع مستوى معرفة عينة الدراسة الميدانية بالانتخابات الرئاسية القادمة بنسبة (٦٤,٣%) ومنخفضة بنسبة (٢٣،٠%) ومتوسطة بنسبة (١٢,٨%)

١١٧- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبالانتخابات الرئاسية القادمة طبقاً للنوع :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في مستوى معرفة طلاب الجامعاتبالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ حيث كانت قيمة كا^2 = ٢,٨٥٥ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٢٤٠.

١١٨- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبالانتخابات الرئاسية القادمة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ حيث كانت قيمة كا^2 =١٩,٧٦٩، عند درجة حرية = ٦، وهي دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = ٠٠٣.

١١٩- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبالانتخابات الرئاسية القادمة للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مستوى معرفة طلاب الجامعات بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ حيث كانت قيمة كا^2 =٩,١٣٥، عند درجة حرية =٤، وهي غيردالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٠٥٨.

١٢٠- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبمؤتمر القمة العربية الأخيرة:-

- ينخفض مستوى معرفة عينة الدراسة الميدانية بمؤتمر القمة العَربية الأخيرة بنسبة(٧٢,٨%) ومتوسطة بنسبة (١٤,٥%) ومرتفعة بنسبة (١٢,٨%)

١٢١- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للنوع :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين(ذكور - إناث) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٣,٨٦٨ عند درجة حرية = ٢، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة = .١٤٥.

١٢٢- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للجامعات الحكومية والخاصة:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{٢} = ٦,٣٥٤، عند درجة حرية = ٦، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٣٨٥.

١٢٣- إختبار مستوى معرفة عينة الدراسةبمؤتمر القمة العربية الأخيرة طبقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي :

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين في مستوى معرفة طلاب الجامعات بمؤتمر القمة العربية الأخيرة حيث كانت قيمة كا^{٢} =٢,٢٨٣، عند درجة حرية = ٤، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة =٦٨٤.

ثالثًا: العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

(حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية)

١٢٤- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى المعرفة / ما دوافعك لمشاهدة البرامج الحوارية؟		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	كا٢	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الإلمام بخلفية الأحداث العربية و الدولية	ك	٤٢	٣٩	٩١	١٧٢	٢٣,٤٨٤	١٦	.١٠١
	%	١٠,٥٪	٩,٨٪	٢٢,٨٪	٤٣,٠٪			
الجرأة فى تناول الموضوعات و القضايا و الأحداث المختلفة	ك	٢١	٢١	٣٦	٧٨			
	%	٥,٣٪	٥,٣%	٩,٠٪	١٩,٥٪			
الصدق و الصراحة فى كثير من فقراتها	ك	٦	٩	١٨	٣٣			
	%	١,٥٪	٢,٣٪	٤,٥٪	٨,٣٪			
الإبهار و التشويق فى كشف ملابسات الأحداث الجارية	ك	١٠	١٠	١٧	٣٧			
	%	٢,٥٪	٢,٥٪	٤,٣٪	٩,٣٪			
لديها شبكة مراسلين ضخمة فأصبحت فى قلب الأحداث و القضايا العامة فى مصر	ك	٦	١	٢	٩			
	%	١,٥٪	.٣٪	.٥٪	٢,٣٪			
لمعرفة وجهات النظر المختلفة فى القضايا و	ك	٦	١٤	٨	٢٨			
	%	١,٥٪	٣,٥٪	٢,٠٪	٧,٠٪			

الأحداث المصرية								
حتى أجد موضوعات للنقاش مع آخرين	ك	٢	٢	٢	٦			
	%	.٥٪	.٥٪	.٥٪	١,٥٪			
التخلص من الملل وتمضية وقت الفراغ	ك	٧	١٤	١٥	٣٦			
	%	١,٨٪	٣,٥٪	٣,٨٪	٩,٠٪			
وسيلة أرخص من غيرها لمعرفة الأخبار كالصحف	ك	٠	٠	١	١			
	%	.٠٪	.٠٪	.٣٪	.٣٪			
الإجمالي	ك	١٠٠	١١٠	١٩٠	٤٠٠			
	%	٢٥,٠٪	٢٧,٥٪	٤٧,٥٪	١٠٠,٠٪			

١٢٥- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى المعرفة / ما دوافعك لمشاهدة البرامج الحوارية؟		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	$كا^2$	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الإلمام بخلفية الأحداث العربية و الدولية	ك	٣٥	١٩	١١٨	١٧٢	٢٦,١٤١	١٦	.٠٥٢
	%	٨,٨٪	٤,٨٪	٢٩,٥٪	٤٣,٠٪			
الجرأة في تناول الموضوعات و القضايا و الأحداث المختلفة	ك	٣١	٧	٤٠	٧٨			
	%	٧,٨٪	١,٨٪	١٠,٠٪	١٩,٥٪			
الصدق و الصراحة في كثير من فقراتها	ك	٧	٣	٢٣	٣٣			
	%	١,٨٪	.٨٪	٥,٨٪	٨,٣٪			
الإبهار و التشويق في كشف ملابسات الأحداث الجارية	ك	٤	٦	٢٧	٣٧			
	%	١,٠٪	١,٥٪	٦,٨٪	٩,٣٪			
لديها شبكة مراسلين ضخمة فأصبحت في قلب	ك	١	٢	٦	٩			
	%	.٣٪	.٥٪	١,٥٪	٢,٣٪			

الأحداث و القضايا العامة فى مصر								
لمعرفة وجهات النظر المختلفة فى القضايا و الأحداث المصرية	ك	٤	٤	٢٠	٢٨			
	%	١,٠٪	١,٠٪	٥,٠٪	٧,٠٪			
حتى أجد موضوعات للنقاش مع آخرين	ك	١	٢	٣	٦			
	%	.٣٪	.٥٪	.٨٪	١,٥٪			
التخلص من الملل و تمضية وقت الفراغ	ك	٩	٨	١٩	٣٦			
	%	٢,٣٪	٢,٠٪	٤,٨٪	٩,٠٪			
وسيلة أرخص من غيرها لمعرفة الأخبار كالصحف	ك	٠	٠	١	١			
	%	.٠٪	.٠٪	.٣٪	.٣٪			
الإجمالي	ك	٩٢	٥١	٢٥٧	٤٠٠			
	%	٢٣,٠٪	١٢,٨٪	٦٤,٣٪	١٠٠,٠٪			

١٢٦- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى المعرفة / ما دوافعك لمشاهدة البرامج الحوارية؟		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	$كا^2$	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الإلمام بخلفية الأحداث العربية و الدولية	ك	١٢٢	٣١	١٩	١٧٢	١٢,٤٩٩	١٦	.٧٠٩
	%	٣٠,٥٪	٧,٨٪	٤,٨٪	٤٣,٠٪			
الجرأة فى تناول الموضوعات و القضايا و الأحداث	ك	٥٨	٨	١٢	٧٨			
	%	١٤,٥٪	٢,٠٪	٣,٠٪	١٩,٥٪			

المختلفة								
الصدق و الصراحة فى كثير من فقراتها	ك	٢٥	٣	٥	٣٣			
	%	٦,٣٪	.٨٪	١,٣٪	٨,٣٪			
الإبهار و التشويق فى كشف ملابسات الأحداث الجارية	ك	٢٥	٨	٤	٣٧			
	%	٦,٣٪	٢,٠٪	١,٠٪	٩,٣٪			
لديها شبكة مراسلين ضخمة فأصبحت فى قلب الأحداث و القضايا العامة فى مصر	ك	٨	١	٠	٩			
	%	٢,٠٪	.٣٪	.٠٪	٢,٣٪			
لمعرفة وجهات النظر المختلفة فى القضايا و الأحداث المصرية	ك	٢٠	٤	٤	٢٨			
	%	٥,٠٪	١,٠٪	١,٠٪	٧,٠٪			
حتى أجد موضوعات للنقاش مع آخرين	ك	٣	١	٢	٦			
	%	.٨٪	.٣٪	.٥٪	١,٥٪			
التخلص من الملل و تمضية وقت الفراغ	ك	٢٩	٢	٥	٣٦			
	%	٧,٣٪	.٥٪	١,٣٪	٩,٠٪			
وسيلة أرخص من غيرها لمعرفة الأخبار	ك	١	٠	٠	١			
	%	.٣٪	.٠٪	.٠٪	.٣٪			

كالصحف								
الإجمالي	ك	٢٩١	٥٨	٥١	٤٠٠			
	%	٧٢,٨٪	١٤,٥٪	١٢,٨٪	١٠٠,٠٪			

رابعًا: العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية ومشاهدة البرامج الحوارية

(حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية)

١٢٧-العلاقة بين مستوىمعرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى ومشاهدة البرامج الحوارية :

مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى / مشاهدة البـــرامج الحوارية؟		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	كا٢	درجات الحرية	مستوى المعنوية
دائماً	ك	١٢	٢٢	٣٩	٧٣	١٩,٢٥٦	٦	.٠٠٤
	%	٣,٠٪	٥,٥٪	٩,٨٪	١٨,٣٪			
أحياناً	ك	٧٢	٨١	١٣٥	٢٨٨			
	%	١٨,٠٪	٢٠,٣٪	٣٣,٨٪	٧٢,٠٪			
نادراً	ك	١١	٧	١٦	٣٤			
	%	٢,٨٪	١,٨٪	٤,٠٪	٨,٥٪			
لا	ك	٥	٠	٠	٥			
	%	١,٣٪	.٠٪	.٠٪	١,٣٪			

الإجمالي	ك	١٠٠	١١٠	١٩٠	٤٠٠			
	%	٢٥,٠٪	٢٧,٥٪	٤٧,٥٪	١٠٠,٠٪			

١٢٨- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة ومشاهدة البرامج الحوارية:

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة / مشاهدة البرامج الحوارية؟		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	كا٢	درجات الحرية	مستوى المعنوية
دائماً	ك	١٠	١٤	٤٩	٧٣	٢٣,٣٣١	٦	٠.٠٠١
	%	٢,٥٪	٣,٥٪	١٢,٣٪	١٨,٣٪			
أحياناً	ك	٧١	٣٣	١٨٤	٢٨٨			
	%	١٧,٨٪	٨,٣٪	٤٦,٠٪	٧٢,٠٪			
نادراً	ك	٦	٤	٢٤	٣٤			
	%	١,٥٪	١,٠٪	٦,٠٪	٨,٥٪			
لا	ك	5	٠	٠	5			
	%	١,٣٪	.٠٪	.٠٪	١,٣٪			
الإجمالي	ك	٩٢	٥١	٢٥٧	٤٠٠			
	%	٢٣,٠٪	١٢,٨٪	٦٤,٣٪	١٠٠,٠٪			

١٢٩- العلاقة بين مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية ومشاهدة البرامج الحوارية :

مشاهدة البرامج الحوارية؟ / مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية		منخفض	متوسط	مرتفع	الإجمالي	كا٢	درجات الحرية	مستوى المعنوية
دائماً	ك	٤٩	١٣	١١	٧٣	٣,٦١٣	٦	.٧٢٩
	%	١٢,٣٪	٣,٣٪	٢,٨٪	١٨,٣٪			
أحياناً	ك	٢١١	٤٠	٣٧	٢٨٨			
	%	٥٢,٨٪	١٠,٠٪	٩,٣٪	٧٢,٠٪			
نادراً	ك	٢٦	٥	٣	٣٤			
	%	٦,٥٪	١,٣٪	.٨٪	٨,٥٪			
لا	ك	٥	٠	٠	٥			
	%	١,٣٪	.٠٪	.٠٪	١,٣٪			
الإجمالي	ك	٢٩١	٥٨	٥١	٤٠٠			
	%	٧٢,٨٪	١٤,٥٪	١٢,٨٪	١٠٠,٠٪			

خامسًا: اختبار الفروض

١-الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية):-

أ) إختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٤) إختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى.

جدول رقم (١٤٤)

مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادي	ذكور			إناث			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	٢,٣٠	.٨١٤	٢٠٠	٢,١٥	.٨٢٥	٣٩٨	١,٨٣٠	.٠٦٨

يتضح من اختبار T.Testأنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حماديوذلك عند ت= ١,٨٣٠ بدرجات حرية= ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٠٦٨. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين٢,٣٠ & ٢,١٥ .

ب) اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٥) إختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة.

جدول رقم (١٤٥)

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة ٢٠١١	ذكور			إناث			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	٢,٤٧	.٨٢٦	٢٠٠	٢,٣٦	.٨٥١	٣٩٨	١,٢٥٢	.٢١١

يتضح من اختبار T.Testأنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ وذلك عند ت= ١,٢٥٢

بدرجات حرية= ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٢١١. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين ٢,٤٧ & ٢,٣٦.

ج)اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٦) إختبار T - test لقياس الفروق بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية.

جدول رقم (١٤٦)

مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة ٢٠١١	ذكور			إناث			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	١,٤٦	.٧٥٦	٢٠٠	١,٣٥	.٦٤٧	٣٩٨	١,٥٦٤	.١١٩

يتضح من اختبار T.Testأنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة وذلك عند ت= ١,٥٦٤ بدرجات حرية= ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ١١٩. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين ١,٤٦& ١,٣٥.

ومن الاختبار (أ)& (ب) & (ج) يثبت خطأ الفرض الأول الذي ينص على أن:توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (الذكور والإناث) ومستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية).

٢- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية):-

أ)اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٧) إختبار T - test لقياس الفروق بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بحادثة نجع حمادى.

جدول رقم (١٤٧)

مستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى	تعليم جامعى حكومى			تعليم جامعى خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	٢,١٠	.٨٠٢	٢٠٠	٢,٣٥	.٨٢٥	٣٩٨	-٣,٠٧٢	.٠٠٢

يتضح من اختبار T.Testأنه :-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراهقين بحادثة نجع حمادى وذلك عند ت=٣,٠٧٢ بدرجات حرية = ٣٩٨وعند مستوى معنوية = ٠٠٢.

ب)اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٨) إختبار T - test لقياس الفروق بين **طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١**

جدول رقم (١٤٨)

مستوى معرفة المراهقين بالانتخابات	تعليم جامعى حكومى			تعليم جامعى خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	٢,٤٤	.٧٩٣	٢٠٠	٢,٣٩	.٨٨٤	٣٩٨	.٦٥٥	.٥١٣

الرئاسية القادمة ٢٠١١									

يتضح من اختبار T.Testأنه :-

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراهقين بالانتخابات الرئاسية القادمة٢٠١١ وذلك عند ت=٦٥٥. بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٥١٣. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) متقاربتين ٢,٤٤ & ٢,٣٩.

ج)اختبار T-test لقياس الفروق

يوضح الجدول التالي رقم (١٤٩) إختبار T - test لقياس الفروق بين **طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بمؤتمر القمة العربية الأخيرة**

مستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة	تعليم جامعي حكومي			تعليم جامعي خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	١,٣٧	.٦٩٧	٢٠٠	١,٤٣	.٧١٢	٣٩٨	-,٨٥١	.٣٩٥

جدول رقم (١٤٩)

يتضح من اختبار T.Testأنه :-

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفة المراهقين بمؤتمر القمة العربية الأخيرة وذلك عند ت=٨٥١.-بدرجات حرية = ٣٩٨ وعند مستوى معنوية = ٣٩٥.حيث أن

المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) متقاربتين ١,٣٧ & ١,٤٣.

ومن الاختبار (أ)& (ب) & (ج) يثبت صحة الفرض الثانيفي الاختبار (أ) وعدم صحة الفرض الثانيفي الجزئيتين (ب) & (ج)والذي ينص الفرض على : **توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومستوى معرفتهم بالأحداث الجارية (حادثة نجع حمادى& الانتخابات الرئاسية القادمة& مؤتمر القمة العربية).**

٣- الفرض الثالث:توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الجنس (ذكور وإناث) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

أ) **اختبار T-test لقياس الفروق في** كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع الجنس (ذكور وإناث).

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٠) إختبار T - test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع الجنس (ذكور وإناث).

جدول رقم (١٥٠)

كثافة مشاهدة البرامج الحوارية	ذكور			إناث			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	١,٥١	.٦٢٦	٢٠٠	١,٤٨	.٦٣٤	٣٩٨	.٥٥٦	.٥٧٩

يتضح من اختبار T.Test أنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع بين المراهقين ومتغير كثافة مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند ت= ٥٥٦. بدرجات حرية= ٣٩٨ عند مستوى معنوية = ٥٧٩. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين٤,٤١ & ٤,٦٤ .

ومن هنا يثبت خطأ الفرض الثالث الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

٤- الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين **نوع التعليم الجامعى (حكومى& خاص)**وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

اختبار T-test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية **ونوع التعليم الجامعى (حكومى& خاص)**

يوضح الجدول التالي رقم (١٥١) إختبار T - test لقياس الفروق في كثافة مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعى (حكومى& خاص)

جدول رقم (١٥١)

كثافة مشاهدة البرامج الحوارية.	تعليم جامعى حكومى			تعليم جامعى خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	١,٤٨	.٦٠١	٢٠٠	١,٥١	.٦٥٧	٣٩٨	- ,٥٥٦	.٥٧٩

يتضح من اختبار T.Testأنه:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند ت=٥٥٦. بدرجات حرية= ٣٩٨عند مستوى معنوية = ٥٧٩. حيث أن المتوسط الحسابى إلى المجموعتين من الذكور والإناث متقاربتين١,٤٨ & ١,٥١ .

ومن هنا يثبت خطأ الفرض الرابع الذيينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع التعليم الجامعى (حكومى& خاص) وكثافة مشاهدة البرامج الحوارية.

٥- الفرض الخامس:توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين **دوافع مشاهدة البرامج الحوارية** ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص):-

اختبار T-test لقياس الفروق فيدوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص).

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٢) إختبار T - test لقياس الفروق دوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص).

جدول رقم (١٥٢)

دوافع مشاهدة البرامج الحوارية	تعليم جامعى حكومى			تعليم جامعى خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	٣,٣٠	٢,٥٤٠	٢٠٠	٢,٣٥	١,٩٦١	٣٩٨	٤,١٦٥	٠,٠٠٠

يتضح من اختبار T.Testأنه:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ودوافع مشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند ت=٤,١٦٥بدرجات حرية= ٣٩٨عند مستوى معنوية = ٠,٠٠٠ .

ومن هنا يثبت صحة الفرض الخامس الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص).

٦-الفرض السادس:لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين **مشاهدة البرامج الحوارية** ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص):-

اختبار T-test لقياس الفروق في مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم

يوضح الجدول التالي رقم (١٥٣) إختبار T - test لقياس الفروق في مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم

جدول رقم (١٥٣)

مشاهدة البرامج الحوارية	تعليم جامعي حكومي			تعليم جامعي خاص			درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى			
	٢٠٠	١,٩١	.٥٩٥	٢٠٠	١,٩٥	.٥٢٣	٣٩٨	-.٦٢٥	.٥٣٢

يتضح من اختبار T.Testأنه :

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعات (الحكومية والخاصة) ومشاهدة البرامج الحوارية وذلك عند ت=٥٥٦. بدرجات حرية= ٣٩٨عند مستوى معنوية = ٥٧٩. .

ومن هنا يثبت صحة الفرض السادس الذي ينص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة البرامج الحوارية ونوع التعليم الجامعى (عام & خاص).

*** ***

نتائج الدراسة التحليلية

١- أظهرت النتائج أن الجمهور المصرى بشكل عام كان هوالجمهور المستهدف في المقام الأول بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، حيث جاء بنسبة ٨٨% في برنامج (مصر النهادرة) وبنسبة ٩٦% في برنامج(العاشرة مساءاً) وبنسبة ٧٨% في برنامج(٩٠ دقيقة) .

٢- إحتل ذكر الأسباب والحلول المركز الأول في أسلوب معالجة القضية بالنسبة للبرامج عينة الدراسة، حيث جاء بنسبة ٢٤% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٧٤% في برنامج (العاشرة مساءا) وبنسبة ٥٢% في برنامج (٩٠ دقيقة) .

٣- أثبتت النتائج أنه لا توجد مشاركة جماهيرية ضمن فقرات البرنامج بصورة كافية في الحلقات عينة الدراسة حيث ثبت عدم وجود مشاركة جماهيرية بنسبة ٦٤% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٦٥% في برنامج (العاشرة مساءاً) وبنسبة ٣٧% في برنامج (٩٠ دقيقة) .

٤- تفوقت الذكور على الأنثى كنوع للضيوف المشاركين في البرنامج حيث جاء بنسبة ٧٦% في برنامج (مصر النهاردة) وبنسبة ٩١% في برنامج (العاشرة مساءاً) وبنسبةفي برنامج (٩٠ دقيقة) .

٥- أظهر التحليل سعى البرامج عينة الدراسة إلى شرح القضايا من جميع جوانبها ومحاولة الاعتماد على كل ما يساعد في ذلك مثل إعتمادها على ضيوف مشاركين في الفقرات لمحاولة توضيح كل ما يخص تلك القضية للجمهور فجاءت نسبة الضيوف المشاركين في برنامج (مصر النهاردة) وفي (العاشرة مساءاً) و في (٩٠ دقيقة)

٦- إعتمد برنامجى (مصر النهادرة) و(٩٠ دقيقة) على الحوار كقالب فنى في عرض البرامج في المركز الأول بنسبة ٦٠% في برنامج (مصر النهاردة)وبنسبة ٦٣% في برنامج (٩٠ دقيقة) بينما إعتمد

برنامج (العاشرة مساءاً) على قالب الحديث المباشر بنسبة ٤٨%
كقالب فنى يتم من خلاله عرض البرنامج .

٧- إعتمد برنامجى (مصر النهادرة) بنسبة ٤٨% و(العاشرة مساءاً) بنسبة ٨٣% على المسئول الحكومى في شرح وتوضيح القضية المثارة في المركز الأول، بينما إعتمد برنامج (٩٠ دقيقة) على أحد أطراف المشكلة في المركز الأول بنسبة ٨٥% .

٨- جاء الخبر كمحور لإرتكاز القضية في برنامج (مصر النهادرة) بنسبة ٥٢% في المركز الأول بينما إعتمد برنامجى (العشرة مساءاً) بنسبة و(٩٠ دقيقة) بنسبة ٨٩% على الحدث في المقام الأول .

٩- كانت القضية السياسة هي نوع القضية الغالب على برنامج (مصر النهادرة) بنسبة ٣٦% في المركز الأول، بينما القضية الاجتماعية هي القضية الغالبة على برنامجى (العاشرة مساءاً) بنسبة ٥٧% وبرنامج (٩٠ دقيقة) بنسبة ٨٥% .

١٠- أظهرت النتائج إهتمام البرامج الحوارية بالأحداث الجارية محل الدراسة فقد إهتمت بقضية (أحداث نجع حمادى) في المركز الأول تليها قضية (الإنتحابات الرئاسية المقبلة) ثم(مؤتمر القمة العربية) .

** ** **

المراجع

المراجع العربية :

أولاً : الأبحاث والدراسات غير المنشورة :

١- أحمد محمد عبد الله . " القيم التي تعكسها برامج الأطفال في القنوات الفضائية والعربية "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العيا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٢)

٢- ."دور القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى المراهقين "، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العيا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)

٣- أمانى محمود محمد الأسود . " دور الإذاعة المدرسية في تزويد التلاميذ بالمعلومات "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)

٤- أميرة محمد إبراهيم النمر . " أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمى للمراهقين من طلاب المرحلة الثانوية "، **رسالة دكتوراة غير منشورة**،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم إذاعة، ٢٠٠٤)

٥- إيمان السيد جمعة رمضان . " دور القنوات الفضائية الإخبارية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**،(جامعة عين شمس : معهد الدراسات العلبا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧)

٦- إيمان عز الدين محمد دوابة . " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصرى في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأى العام "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة عين شمس :

معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٥)
٧- جيلان محمود عبد الرازق شرف . " أساليب تغطية القضايا في برامج الرأى المذاعة على الهواء Talk Showفي القنوات الفضائية العربية "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٤)
٨- حسن محمد على خليل . " دور البرامج الجماهيرية في معالجة قضايا الطفولة والمراهقة "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٤)
٩- رباب صلاح السيد إبراهيم . " الثقافة الأدبية التي تقدمها بعض الصحف المصرية ومدى إهتمام المراهقين بها "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات الغعالمية للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٨)
١٠- رشا السيد عبد الرحمن السيد . " دور الإذاعات الدولية في إمداد المراهقين بالمعلومات عن الأحداث الجارية "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦)
١١- رغدة محمد عيسى . " معالجة الإذاعة والتلفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصرى ودورها في تشكيل إتجاهات الجمهور نحوها "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون ، ٢٠٠٩)
١٢- ريهام سامي حسين يوسف . " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصرى "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٨)

١٣- سعاد محمد محمد المصرى . " البرامج الجماهيرية بالقنوات الفضائية العربية ودورها في تزويد المراهقين بالمعلومات "، **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)

١٤- عبد السلام محمد عزيز عبد السلام . " إتجاهات المراهقين نحوقضايا الطفولة في الصحف الحزبية والمستقلة " **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة،قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦)

١٥- عربى محمد المصرى . " الأخبار السلبية في التليفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبنانى "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم إذاعة، ٢٠٠٠)

١٦- فادي جرجس سلامة. " دور الصحافة في إكساب المراهقين المعرفة بالأحداث الجارية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٤)

١٧- محمد السيد علاوة هلال طاحون . " إعتماد المراهقين الصم على أخبار التليفزيون في معرفة القضايا السياسية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨)

١٨- محمد عبد الوهاب الفقيه . " العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمنى "، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠٠٢)

١٩- محمد محمد عبده بكير . " معالجة الراديووالتليفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين في مصر "، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العيا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، ٢٠٠٣)

٢٠- محمد محمد مهنى . " القضايا التي تعالجها برامج الرأى في الراديووالتلفزيون " . **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ١٩٩٤)
٢١- محمد هلال محمد سيد . " دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية ", **رسالة دكتوراة غير منشورة**،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام، قسم إذاعة،٢٠٠٧)
٢٢- ممدوح عبد الله محمد عبد اللطيف . " الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات "، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعالم وثقافة الأطفال، ٢٠٠٩)
٢٣- مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز . " دور مجلات الأطفال الدينية في التثقيف الدينى للأطفال من ٩ – ١٢ سنة "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٥)
٢٤- منال عبده محمد منصور . " دور الخطاب الدينى المقدم بالقنوات الفضائية الدينية المتخصصة في تثقيف المراهقين دينياً ", **رسالة دكتوراة غير منشورة** (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٧)
٢٥- نهى عاطف العبد . " دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصرى نحوالقضايا المصرية والعربية والدولية، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، (القاهرة : جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، ٢٠٠٦)
٢٦- هانى إبراهيم أحمد البطل . " مدى إعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصرى في الحصول على المعلومات "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعية عن شمس : معهد الدراسات العيا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٠)

٢٧- وائل صلاح نجيب . " مدى إعتماد المراهقين على التليفزيون المحلى في التعرف على القضايا المحلية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٤)

ثانيًا : الأبحاث والدراسات المنشورة :

٢٨ – أمانى فهمي . دوافع إستخدام الرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية وإشباعاتها، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني ابريل – يونيو ١٩٩٧)

٢٩- أميرة صابر محمود . إستخدام المراهقين للقنوات الفضائية الغنائية العربية والإشباعات المتحققة, **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد ١١, أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٨

٣٠- حنان أحمد سليم . التعرض للقنوات الفضائية الأجنبية وعلاقته بالهوية الثقافية لدى الشباب الجامعى ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والعشرون يوليو– ديسمبر ٢٠٠٥)

٣١- رانيا أحمد محمود . مدى إعتماد الشباب على برامج الرأى في معرفة مشكلات المجتمع المصرى، **المؤتمر العلمي السنوى الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعيللمواطن العربى** (القاهرة : جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٧)

٣٢- سلوى إمام على . أنماط مشاهدة الجمهور المصرى للقنوات الفضائية، **المؤتمر العلمي السابع لكلية الإعلام، الإعلام وحقوق : الإنسان العربى** (القاهرة : جامعة القاهرة، الإعلام، مايو٢٠٠٥)

٣٣- عبد الرحمن محمد سعيد الشامى . برامج الرأى في الفضائيات العربية دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة، **المؤتمر السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية** (القاهرة :جامعة القاهرة : كلية الإعلام، المجلد الثالث ٢٠٠٥)

٣٤- علاء محمد عبد العاطى . إستخدام الشباب الجامعى للقنوات الفضائية العربية الدرامية والإشباعات المتحققة، **مجلة دراسات الطفولة**، المجلد ١١, أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٨

٣٥- نهى عاطف العبد . العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى في مصر، **المؤتمر العلمي الدولى الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات** (القاهرة : جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٧)

٣٦- نهى عاطف العبد . المعايير الأخلاقية والسلوكية التي يكتسبها المراهقون من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضموناً أجنبياً، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (القاهرة : كلية الإعلام، جامعة القاهرة،العدد التاسع والعشرونيناير – مارس ٢٠٠٨).

ثالثًا : الكتب :

٣٧- أحمد زكى بدوى . معجم مصطلحات الإعلام، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتاب اللبنانى، ١٩٩٤)

٣٨-أميرة الحسينى . فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الأولى،(لبنان : دار النهضة العربية، ٢٠٠٥)

٣٩-أمين سعيد عبد الغنى . الثقافة العربية والفضائيات، الطبعة الأولى، (القاهرة : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) .

٤٠-بركات عبد العزيز . إتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الإحتراف ومهارات التطبيق)، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٠)

٤١-حازم الحمدانى . الإعلام الحربى والعسكرى، الطبعة الاولى، (الاردن : دار أسامة،٢٠١٠)

٤٢-حامد عبد السلام زهران . علم نفس الطفولة والمراهقة، الطبعة الخامسة، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠١)

٤٣- حسن عماد مكاوى، ليلي حسين السيد . الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الخامسة، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، أكتوبر ٢٠٠٤)
٤٤- عادل عبد الغفار فرج .مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائى، الطبعة الاولى، (تونس : إتحاد إذاعات الدول العربية،٢٠٠٦)
٤٥- الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)
٤٦- راسم محمد الجمال . الاتصال والإعلام في العالم العربى في عصر العولمة، الطبعة الأولى ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، يناير٢٠٠٦)
٤٧-رضا عكاشة . تأثيرات وسائل الإعلام (من الاتصال الذاتى إلى الوسائط الرقمية المتعددة)، الطبعة الأولى (القاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، أبريل٢٠٠٦)
٤٨-روبرت هيلارد، مؤيد حسن فوزى . الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، الطبعة الأولى، (الإمارات : دار الكتاب الجامعى، ٢٠٠٣)
٤٩-زينب محمود شقير . كيف نربى أبنائنا ؟ الجنين – الطفل – المراهق، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية، ٢٠٠٠)
٥٠-سامي الشريف . الفضائيات العربية (رؤية نقدية)، الطبعة الاولى، (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٤)
٥١-سامي محسن ختاتنة، أحمد عبد اللطيف أبوسعد . علم النفس الإعلامى، الطبعة الأولى (الأردن : دار المسيرة، ٢٠١٠)
٥٢-سناء الجبور . الإعلام والرأى العام " العربى والعالمى "، الطبعة الأولى، (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)
٥٣-طارق سيد أحمد الخليفى . فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الطبعة الأولى ، (القاهرة: دار المعرفة الجامعية ، ٢٠٠٥)

٥٤-عادل عبد الغفار . الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير ٢٠٠٩)
٥٥- عاطف عدلي العبد. الإذاعة والتلفزيون في مصر (الماضى والحاضر والآفاق المستقبلية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٢)
٥٦-عاطف عدلي العبد . الإذاعة والتلفزيون في مصر (الماضى والحاضر والآفاق المستقبلية)، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٢)
٥٧-، نهى عاطف العبد. وسائل الإعلام نشأتها - تطورها - آفاقها المستقبلية، الطبعة الأولى،(القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٦-٢٠٠٧)
٥٨- نهى عاطف العبد . الراديووالتلفزيون والقنوات الفضائية، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الفكر العربى، ٢٠٠٩)
٥٩-عبد الغنى الديدى . التحليل النفسى للمراهقة (ظواهر المراهقة وخفاياها)، الطبعة الأولى (بيروت : دار الفكر اللبنانى، ١٩٩٥)
٦٠-عزيزة عبد العزيز . الطفل المصرى والقنوات الفضائية، (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى والثقافة ، ٢٠٠٤)
٦١-عصام نور سرية . سيكولوجية المراهقة، الطبعة الأولى (القاهرة : مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤)
٦٢-فاطمة حسين عواد . الإعلام الفضائى، الطبعة الاولى،(عمان : دار أسامة، ٢٠١٠)
٦٣-ماجى الحلوانى، عصام نصر. مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعبصرية، (القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ٢٠٠٤)
٦٤-ماجى الحلوانى . مدخل إلى الفن الإذاعى والتلفزيونى والفضائى، الطبعة الأولى، (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥)

٦٥-مجد هاشم الهاشمى . الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الطبعة الأولى، (عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)

٦٦-محمد عبد الحميد . نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، الطبعة الثانية, (القاهرة : عالم الكتب،٢٠٠٤)

٦٧-محمد معوض إبراهيم . دراسات إعلامية الإعلام الدولى والمستحدثات الإعلامية، الطبعة الأولى،(القاهرة :دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٨)

٦٨-محمد منير حجاب . وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع, ٢٠٠٨)

٦٩- . نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)

٧٠-محمود حسن إسماعيل . مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى (القاهرة : الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣)

٧١- . مناهج البحث في إعلام الطفل، الطبعة الاولى (القاهرة : دار النشر للجامعات، ١٩٩٦)

٧٢-محمود خليل . الإعلام العربى مظاهر النمو ومخاطر التفكك، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)

٧٣-محمود عطية . ضغوط المراهقين والشباب وكيفية مواجهتها، الطبعة الأولى (القاهرة : مكتبة الأنجلوالمصرية، ٢٠١٠)

٧٤-مصطفى حميد كاظم الطائى . الفنون الإذاعية التلفزيونية وفلسفة الإقناع، الطبعة الأولى، (الإسكندرية : دار الوفاء للطباعة والنشر، ٢٠٠٧)

٧٥-مصطفى محمد عبد العزيز . سيكولوجية فنون المراهق، الطبعة الخامسة (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٩)

٧٦-ملفين ل . ديفلر، ساندرا بول روكيش ، كمال عبد الرؤوف . نظريات وسائل الإعلام, الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٣)

٧٧-مرفت الطرابيشى، عبد العزيز السيد . نظريات الاتصال، الطبعة الأولى (القاهرة : دار النهضة العربية، ٢٠٠٦)
٧٨-نسمة أحمد البطريق . الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع،٢٠٠٩)
٧٩-نهوند القادرى عيسى. قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، الطبعة الأولى،(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠٨)
٨٠-هبة شاهين. التلفزيون الفضائى العربى، الطبعة الأولى، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، يناير٢٠٠٨)
٨١-هناء السيد . الفضائيات وقادة الرأى، الطبعة الأولى، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)
٨٢-وليد حسن الحديثى . الإعلام الدولى وبعض إشكاليات الخطاب الإعلامى العربى، الطبعة الأولى، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)

المراجع الأجنبية :

أولاً : الأبحاث والدراسات غير المنشورة :

٨٣-Arthur G.Emig."Community Ties And Depenlence On Media For Public Affairs", **Journalism And Mass Communication Quarterly**، vol .٧٢،No.٢, ١٩٩٥
٨٤-August E . Grant، K . kenddl Guthrie & Sandra j . Ball Rokeach، Media System Dependency Perspective، **communication Research**، vol . (١٨)، No .(٦)، ١٩٩١
٨٥-Barbara Norrander."The Independence Gap And The Gender Gap", **public opinion quarterly**,vol.٦١, ١٩٩٧

٨٦-Carla Ruiz Mafe′ and Silvia Sanz Blas." The impact of television dependency on teleshopping adoption",**An International Journal**، Vol. ٢ No. ١, ٢٠٠٨

٨٧-Hugh M.Culbertson Guido H.Stempel ."How Media Use And Reliance Affect Knowledge Level "، **Communication Research**، Vol.١٣, No .٤, ١٩٨٦

٨٨-Jake Harwood."Age Identification،Social Identity Gratification،and Television Viewing ", **Journal of Broadcasting and Electronics Media**،Vol.٤٣، No.١، ١٩٩٩

٨٩-John C.Pierce، Lynette Lee- Sammons and Nicholas P.Lovrich,Jr."U.S And Japanese Source Reliance For Environmental Information", **Journalism Quarterly**,vol.٦٥, no.٤، ١٩٨٩

٩٠-Michael R.Greenberg, David B.Sachsman,Peter M.Sandman and Kandice L.Salomone."Risk، Drama And Geography In Coverage Of Environmental Risk By Network Tv ", **Journalism Quarterly**,vol.٦٦، no.٢،١٩٨٩

٩١-Nabi،Robin,Hendriks and others."The Persuasive Effect of Host & Audience Reaction Shots in Television Talk Show", **Journal of communication**، vol.٥٣، ٢٠٠٣

٩٢-OscarH.Gandy Paulaw W.Matabane John O.Omachonu."Media Use، Reliance، And Active Participation ", **Communication Research**،Vol.١٤، No.٦، ١٩٨٧

٩٣-Stacy Davis,Marie Louiso. "Effects of talk show viewing on adolescents ", **journal of communication**،vol.٤٨،no٣, ١٩٩٨.

٩٤-stephaniA. skumanich &David P. kintsfathere، Individual Media Dependency Relations within television shopping programming، **communication Research**، vol . (٢٥)، No .(٢)، ١٩٩٨

٩٥-Thomas A.Morton Julie M.Duck."Social Identity And Media Dependency In The Gay community" ،**Communication Research**،Vol.٢٧,No.٤،٢٠٠٠

٩٦-Thomas J.Johnson and Barbara K.Kaye."Cruising Is Believing ?:Comparing Internet And Traditional Sources On Media Credibility Measures", **Journalism And Mass Communication Quarterly**, vol.٧٥,No.٢،١٩٩٨

٩٧-William E . Loles & Sandra J.Rokeach. Dependency Rebellions and News paper Reader ship، **Journalism Quarterly**، vol .(٧٠) No.(٣)،١٩٩٣

٩٨-Perceptions of Art and Media System Dependency Relations . **communication Research**، vol . (٢١)، No .(١)، ١٩٩٤

٩٩-Bart Kuperus. **satellite broadcasting guide**,(New York : Watson – Guptill, ١٩٩٤ (

١٠٠-BS . Bhatia.**satellite Networks for school Education** ،(New Delhi: Central Institute Technology, ٢٠٠٩) P ٤

١٠١-Christopher Paterson . **Satellites**، ٤ th Edition، (Technology Futures :٢٠٠٠)

١٠٢-James Glen Stovall . **Writing For The Mass Media**، seventh edition، (United States of America : pearson, ٢٠٠٩)

١٠٣-Jan Johnson Yopp، Katherince C . McAdams، Ryan M . Thornburg . **Reaching Audiences A Guide to Media Writing**، fifth edition، (United States of America : pearson, ٢٠١٠)

١٠٤-John . C & Leab، H .**TheNature of Adolescence**، Third Edition (New York : Rouut leddge، ١٩٩٩)

١٠٥-Margeret Spellings . **Helping your child through early adolescence**, (office of intergovernmental and interagency affairs, August٢٠٠٢)

١٠٦-Stanley J . Baran . **Mass Communication Media Literacy and Culture**، sixth edition،(New York : McGraw Hill، ٢٠١٠)

١٠٧-William S.Myers . **Adolescence: A Time of change**. ٣rd edition . ٢٠١٠ . William Gladden Press .

ثانيًا : الدراسات والأبحاث المنشورة :

١٠٨-Alex Budak, B.A. " FACEBOOK, TWITTER AND BARACK OBAMA: NEW MEDIA AND THE ٢٠٠٨ PRESIDENTIAL ELECTIONS " **Mas** (Georgetown University، ٢٠١٠)

١٠٩-Alicia D. Akins. "TELEVISION AND AGE OF FIRST PENETRATIVE SEX : IMPLICATIONS AND RECOMMENDATIONS", **Ph.D.**،(Capella University، ٢٠١٠)

١١٠-Birne-Stone Susan."The Impact of Television Talk Shows on Therapy:Interviews With Therapists ",**Ph.D**,(New York University,٢٠٠٥)

١١١-Brendal.Rolfe-Maloney."Young Adolescent Perceptions of Television Sexuality",**MAS**,(University of Alaska Anchorage,٢٠٠٣)

١١٢-Brendal.Rolfe-Maloney."Young Adolescent Perceptions of Television Sexuality",**MAS**,(University of Alaska Anchorage,٢٠٠٣)

١١٣-Eunette Gentry."Pro-Social and Anti—Social Effects of Television Vieming on Adolescents : Speculations Based on Family Situation Comedy Content ", **MAS**,(Nevada University,١٩٩٩)

١١٤-Jennifer D.Reid."Reality Television As a Societal Influence on Adolescent Development and Behavior",**MAS**,(University of Houston – Clear Lake,٢٠٠٣)

١١٥-Kevin J. Burgoyne." Television Viewing and Exposure to Smoking on Television as Predictors of Smoking",**Ph.D**, (Marywood University,٢٠٠٩)

١١٦-Kristi Erin Wallace . "HOW U.S. TALK SHOW HOSTS USE TWITTER ", **MAS**، (University of South Alabama، ٢٠١٠)

١١٧-Linda Horwitz." Advice-Based Talk Shows In The Self Help Era: Advising The Caller And Maintaining The Absent Audience",**MAS**, (Eastern Illinois University,٢٠٠٣)

١١٨-Paul Aguilar." Parents' Impressions Of Inappropriate Television Content For Hispanic Preschool Children ",**MAS**,(The University Of Texas,٢٠٠٩)

١١٩-Shannon K . Mccraw."Late Night Television Talk Show and Political Comedy Programs:A Study of Young voters Political Experiences",**Ph.D**,(Norman:Oklahoma,٢٠٠٦)

١٢٠-Sherra Schick."Operah Winfrey:Media and Culture "،**Ph.D**, (Indian University,٢٠٠٧)

١٢١-Thomas F."Allbaugh"."A Persistence of Rhetoric in Television Talk Culture",**Ph.D**,(Southern Lllinois University,١٩٩٧)

١٢٢-Violeta oliver."Perceptions of Nonconforming Sexualities and Genders on Television Talk Shows ",**MAS**,(Nevada University,٢٠٠١)

ثالثًا : المواقع الإلكترونية :

١٢٣**bzupages**.com/attachments/١١٧٩٧d١٢٦٠٧٣١٦٨٧-satellite-networks.doc **IN: (٩/٨/٢٠١٠)**

١٢٤-http://www.tv.m٧la.net. IN: (٣/٧/٢٠١٠) ١٠: ٤٦pm

-

١٢٥http://ar.wikipedia.org/wiki/%D٨٪AF%D٨٪B١٪D٩٪٨A%D٩٪٨٥_٢ IN : (٦/٧/٢٠١٠) ٠٩:٠٦pm

-

١٢٦http://ar.wikipedia.org/wiki/%D٨٪A٧٪D٩٪٨٤٪D٩٪٨٥٪D٨٪AD%D٩٪٨٨٪D٨٪B١ IN: (٦/٧/٢٠١٠)

١٢٧-http://www.alqaheraalyoum.net/main/alqahera IN: (١٧/١٠/٢٠١٠) ٠٩:٤١pm

١٢٨-http://arbnews.net/?p=٤٠٩ IN: (١٢/٧/٢٠١٠) ٠٨:٥٠pm

١٢٩-http://www.masrelnahrda.net/about.php IN: (٢٠/٧/٢٠١٠) ٠٨:٢٤pm

١٣٠-**http://www.saaid.net/tarbiah/١٠٧.htm** IN: (٥/١١/٢٠١٠) ٠٧: ٤٩ pm

١٣١-**http://www.annabaa.org/nbanews/٦٧/٢٥٩.htm** IN: (٥/١١/٢٠١٠) ٠٨:٣٠pm

** ** **

الفهرس

البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية



I.S.B.N.978-977-276-635-2
6 222008 910240